บทความวิจัย

เรื่อง พัฒนาการของกระแส K-WAVE : กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในไทย (ค.ศ.2000 – ปัจจุบัน)

โดย

นางสาวอาโป เอกอนันต์กูล

รหัสนักศึกษา 05580575

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องบทความวิจัย พัฒนาการของกระแส K-WAVE : กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในไทย (ค.ศ.2000 – ปัจจุบัน)

ผู้เขียน นางสาวอาโป เอกอนันต์กูล

อาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย อาจารย์ ดร.เพชรดา ชุนอ่อน

สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ปีการศึกษา 2561

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง “พัฒนาการของกระแส K-WAVE : กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในไทย (ค.ศ.2000 – ปัจจุบัน)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเติบโตของอุตสาหกรรมละครเกาหลีและนโยบายของรัฐบาลที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมบันเทิง อีกทั้งปัจจัยที่ทำให้ละครชุดเกาหลีเป็นที่นิยมในประเทศไทยจนเกิดเป็นกระแสเกาหลี โดยมีวิธีการศึกษาจากหลักฐานเอกสารประกอบด้วยเอกสารภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ทั้งรูปแบบงานวิจัย บทความและการรวบรวมข้อมูลทางสื่อออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่ากระแสเกาหลีมีจุดเริ่มต้นมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เล็งเห็นถึงปัญหาการนำเข้าสินค้าต่างชาติจนทำให้ผู้ประกอบการในประเทศมีรายได้น้อยนอก จากนี้ยังมีปัญหาวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลในเกาหลีมากเกินไปจนเกาหลีละเลยวัฒนธรรมของตัวเอง เพื่อเป็นการรักษาวัฒนธรรมของเกาหลีไว้และแก้ปัญหาการนำเข้าสินค้าจากต่างชาติรัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศให้มีคุณภาพ จนเป็นที่นิยมและส่งออกนอกประเทศได้ในที่สุด วัฒนธรรมที่ส่งผ่านละครชุดสามารถเข้าถึงผู้คนได้ง่ายทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีเติบโตอย่างก้าวกระโดด รัฐบาลจัดตั้งองค์กรสนับสนุนวัฒนธรรมโดยเฉพาะ สถานที่ถ่ายทำละครกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดต่างชาติเข้ามาในเกาหลี การดูละครทำให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีขึ้นเรียกว่า กระแส K-WAVE หรือ กระแสเกาหลี หลังจากที่ละครเกาหลีได้เข้ามาออกอากาศในไทยคนไทยก็นิยมไปเที่ยวที่เกาหลีมากขึ้น อาหาร แฟชั่น เครื่องสำอาง ล้วนได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมเกาหลี การที่กระแสเกาหลีเข้ามามีบทบาทในไทยตอกย้ำถึงความสำเร็จของรัฐบาลเกาหลีที่พยายามผลักดันและแก้ไข้ปัญหาเศรษฐกิจ อีกทั้งยังสามารถรักษาวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งสำคัญของเกาหลีได้อีกด้วย

คำสำคัญ : กระแส K-WAVE, กระแสเกาหลี, ละครชุดเกาหลี, วัฒนธรรมเกาหลี

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่องพัฒนาการของกระแส K-WAVE : กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในไทย (ค.ศ. 2000 – ปัจจุบัน) เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

บทความวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. เพชรดา ชุนอ่อน อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณครอบครัว แม่ปราง โอปอล แพร นุ่น นุตาและมิตรสหายเอเชียศึกษาทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ขอขอบคุณคุณแจ็คสัน หวัง ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

อาโป เอกอนันต์กูล

สารบัญ

บทคัดย่อ ..... ก

กิตติกรรมประกาศ..... ข

สารบัญ..... ค

พัฒนาการของกระแส K-WAVE : กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในไทย (ค.ศ.2000 – ปัจจุบัน).....1

บรรณานุกรม..... 21

ประวัติย่อผู้วิจัย 25

พัฒนาการของกระแส K-WAVE : กรณีศึกษาละครชุดเกาหลีในไทย

(ค.ศ.2000 – ปัจจุบัน)

บทนำ

ในปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้เป็นที่จับตามองในด้านการส่งออกวัฒนธรรมทั้งในเอเชียและฝั่งตะวันตก โดยส่งออกผ่านสื่อบันเทิง สื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทั่วโลกและเป็นช่องทางที่รวดเร็วที่สุด จนเป็นที่มาของการเกิด “กระแสเกาหลี” หรือ “Korean Wave”

K-Wave ย่อมาจาก Korean Wave ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ถูกนิยามขึ้นใหม่ในช่วงปลายปี 1990 โดยนักข่าวชาวปักกิ่งหลังจากพบว่าชาวจีนคลั่งไคล้วัฒนธรรมของเกาหลีที่มีการส่งออกผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ คำนี้เริ่มใช้อย่างจริงจังในช่วงปี 1999 เนื่องจากคำว่า Korean wave นั้นถูกเรียกแตกต่างกันออกไปในแต่ละภาษา ภาษาเกาหลีจะเรียกว่า “Hallyu” มีความหมายว่า “Flow of Korea” ในภาษาอังกฤษ และในภาษาไทยเรียกกันว่า “กระแสเกาหลี” (สถิดาภรณ์ เอี่ยมธงชัย, 2559) กระแสเกาหลีนั้นมีองค์ประกอบที่ล้วนเกี่ยวกับวัฒนธรรมทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ ละคร (K-Drama) เพลง (K-pop) อาหาร (K-Food) แฟชั่น เครื่องสำอาง ตลอดจนภาษา ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้ได้ถูกนำมาเผยแพร่และเข้าถึงผู้คนได้ง่ายโดยใช้สื่อบันเทิง สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการทำให้กระแสเกาหลีเป็นที่รู้จัก อีกทั้งหันมาสนใจวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น

ในช่วงทศวรรษ 1950 หลังจากที่สงครามเกาหลียุติลงเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ยากจนมากประเทศหนึ่ง เรียกได้ว่าเป็นประเทศที่ไม่ได้รับความสนใจเลยในสมัยนั้น รัฐบาลเกาหลีจึงอยากให้ประเทศเกาหลีพัฒนามากขึ้นจึงมีการเริ่มทำอุตสาหกรรมแต่ด้วยทรัพยากรของประเทศนั้นมีจำกัดจึงไม่สามารถแข่งขันด้านอุตสาหกรรมกับประเทศอื่นได้ ต่อมาระหว่างปี 1950 – 1953 รัฐบาลเกาหลีมีความคิดที่ว่าหากจะสร้างความเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องฉับไว รุนแรงและเข้าถึงทุกคน เกาหลีใต้จึงเริ่มที่จะมีนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจมาเรื่อย ๆ จนกระทั่งปี 1997 แถบเอเชียประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจเกาหลีก็ได้รับผลกระทบนี้เช่นกัน ในขณะนั้นวัฒนธรรมตะวันตกกำลังเป็นที่โด่งดังในเอเชีย ทำให้ประเทศส่วนใหญ่ในเอเชียนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เทคโนโลยี ภาพยนตร์ ละคร จากต่างประเทศเริ่มเข้ามามีบทบาทในเกาหลีอย่างมาก โดยเฉพาะวัฒนธรรมจากอเมริกาที่ดูเหมือนจะมีอิทธิพลกับเกาหลีเป็นพิเศษ เห็นได้จากการที่วงการภาพยนตร์ของเกาหลีเองมีการสร้างภาพยนตร์ที่เลียนแบบ

ภาพยนตร์ Hollywood ของอเมริกา สินค้าต่าง ๆ ที่ผลิตในเกาหลีทำรายได้ได้น้อยเพราะคนเกาหลีในขณะนั้นนิยมสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศมากกว่า ผู้ประกอบการในเกาหลีหลายรายไม่สามารถประกอบการต่อไปได้เพราะสินค้าของเกาหลีเองไม่เป็นที่ต้องการของคนในชาติ คิมแดจุงประธานาธิบดีของเกาหลีในขณะนั้นเล็งเห็นถึงปัญหาการหลั่งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมจากต่างประเทศจนทำให้วัฒนธรรมเกาหลีนั้นเสื่อมถอยลง จึงมีนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจของเกาหลีโดยให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมเกาหลีเป็นหลักเพื่อที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศและรักษาวัฒนธรรมเกาหลีเอาไว้

รัฐบาลเกาหลีจึงมีความประสงค์ที่จะแก้ปัญหาโดยเริ่มจากการมีนโยบายควบคุมการฉายภาพยนตร์ต่างประเทศของโรงภาพยนตร์ในเกาหลีโดยมีข้อบังคับให้มีการฉายภาพยนตร์ของเกาหลีอย่างน้อย 146 วันต่อปี เพื่อพัฒนาภาพยนตร์เกาหลี รวมถึงกระตุ้นการผลิตของภาพยนตร์เกาหลีอีกด้วย หลังจากที่ประกาศใช้นโยบายนี้ทำให้ในปี 1998 ภาพยนตร์และเพลงเกาหลีทำรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมหาศาลจากการถ่ายทอดให้กับคนในประเทศ คนเกาหลีเกือบจะทั้งหมดหันกลับมาสนใจความเป็นเกาหลีมากขึ้น และบริโภคสินค้าจากต่างประเทศน้อยลง อุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครเกาหลีเติบโตขึ้นตามลับดำจนทำให้เกิดการส่งออกภาพยนตร์เกาหลีในที่สุด ทำให้ทั้งภาครัฐและเอกชนหันมาสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างจริงจังและเร่งพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์และละครเกาหลีให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ

รัฐบาลเกาหลีหันมาให้ความสำคัญกับกระแสนิยมของเกาหลีเป็นอันดับหนึ่งและมีความพยายามที่จะทำให้กระแสเกาหลีนั้นเผยแพร่ออกไปสู่เวทีระดับโลก โดยมีทัศนคติที่ว่าการที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีออกไปทั่วโลกนั้นขึ้นอยู่กับระบบอินเทอร์เน็ต รัฐบาลจึงสนับสนุนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตให้แก่คนยากจน คนสูงอายุ และคนพิการ ในปัจจุบันรัฐบาลกำลังวางเครือข่ายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วกว่าของอเมริกาถึงสองร้อยเท่าให้กับประชาชนทุกครัวเรือน (ยูนี ฮง, 2560) นอกจากนี้รัฐบาลก็ยังมีแผนเศรษฐกิจห้าปีที่ประเทศประชาธิปไตย ทุนนิยมส่วนใหญ่มีไม่ใช่แค่รัฐบาลเท่านั้นที่มีแผนห้าปี บริษัทเอกชนในเกาหลีก็มีเช่นกัน อีกทั้งรัฐบาลเกาหลียังให้เงินสนับสนุนกับบริษัทสตาร์ทอัพเพื่อที่จะใช้สร้างระบบอินเทอร์เน็ตชั้นสูง ในปี 2012 เงินที่ใช้ลงทุนกว่า 25 % มากจากรัฐบาล และเงินลงทุนส่วนใหญ่นั้นถูกใช้ไปในอุตสาหกรรมบันเทิง ในปี 2009 อุตสาหกรรมเพลงของเกาหลีประสบภาวะขาดทุนเนื่องจากปัญหาดาวน์โหลดเพลงเถื่อน รัฐบาลได้สนับสนุนเงินช่วยเหลือจำนวน เก้าหมื่นหนึ่งพันล้านวอน คิดเป็นเงินไทยประมาณ สองพันเจ็ดร้อยสามสิบล้านบาท

และจัดตั้งห้องคาราโอเกะแห่งชาติ เพื่อต้องการให้เจ้าของธุรกิจห้องคาราโอเกะนั้นแบ่งรายได้ให้กับบริษัทเจ้าของเพลงที่มีอยู่ในเครื่อง เห็นได้ว่ารัฐบาลมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างเต็มที่เพื่อที่จะเป็นช่องทางในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีออกไปจนเป็นที่รู้จักและโด่งดังอย่างเช่นทุกวันนี้

ละครชุดเกาหลีเริ่มออกอากาศในต่างประเทศในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษที่ 1990 ละครชุดของเกาหลีเรื่องแรกที่โด่งดังในต่างประเทศนั้นคือเรื่อง “What Is Love” (ดุริยางค คมขำ, 2553) โดยออกอากาศครั้งแรกเมื่อปี 1997 หลังจากละครชุดเรื่องนี้ออกอากาศไป ก็มีชื่อเสียงโด่งดังอย่างมากในประเทศจีน ประเทศไต้หวัน และประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ศิลปินกลุ่ม H.O.T ที่เปิดตัวในปี 1996 ก็เริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นในประเทศจีนจึงเป็นอีกแรงผลักดันให้ความเป็นเกาหลีนั้นเริ่มขยายตัวและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น หลังจากนั้นในช่วงทศวรรษ 2000 ถือได้ว่าละครชุดเกาหลีนั้นเป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จอย่างมากในทวีปเอเชีย หลังจากที่ละครชุดเรื่อง Winter love song (เพลงรักในสายลมหนาว) ออกอากาศทางช่อง KBS และละครชุดอิงประวัติศาสตร์เรื่อง Jewel in the Palace (แดจังกึม) ที่ออกอากาศทางช่อง MBC ในปี 2003 ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศจีน ประเทศไต้หวัน ประเทศญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยทางสถานีโทรทัศน์ก็ได้มีการซื้อลิขสิทธิ์และนำเข้ามาออกอากาศทางฟรีทีวีด้วยเช่นกัน

หลังจากที่ละครเรื่องแดจังกึมโด่งดังอย่างเป็นอย่างมากในประเทศไทย คนไทยก็เริ่มให้ความสนในกับวัฒนธรรมเกาหลีหรือกระแสเกาหลีเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีการนำเข้าสินค้าจากประเทศเกาหลีไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อาหาร รวมไปถึงของใช้ต่าง ๆ และหลังจากที่แดจังกึมมีกระแสที่ดีมากในประเทศไทย คนไทยส่วนใหญ่ก็นิยมไปเที่ยวที่ประเทศเกาหลีโดยแรกเริ่มจะเน้นไปที่การท่องเที่ยวแบบตามรอยละคร โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเน้นไปเที่ยวชมสถานที่ถ่ายทำละคร เช่น พระราชวังคยองบ๊กกุง ที่เป็นสถานที่ถ่ายทำละครเรื่องแดจังกึม เกาะนามิ ที่เป็นสถานที่ถ่ายทำละครเรื่อง Winter love song (เพลงรักในสายลมหนาว) เป็นต้น โดยในปัจจุบันนี้ประเทศไทยเองก็ยังคงให้ความสนใจใน กระแสเกาหลี อยู่อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ : จุดเริ่มต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิง

หลังจากที่สงครามเกาหลี (25 มิถุนายน 1950 – 27 กรกฎาคม 1953) จบลงประเทศเกาหลีมีความยากจนเป็นอย่างมากเนื่องจากรัฐบาลในยุคประธานาธิบดี อี ซึงมัน ไม่ได้เล็งเห็นถึงปัญหาปากท้องของประชาชนที่มีความยากจนเป็นผลมาจากการมีสงครามยาวนานถึง 3 ปีอีกทั้ง อี ซึงมัน ทำการ

คอรัปชั่นโดยการโกงการเลือกตั้งเพื่อให้ตนยังคงดำรงตำแหน่งผู้นำประเทศต่อไปได้ ปัญหาด้านเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีในสมัย อี ซึงมัน จึงไม่ได้รับการเยียวยาจนกระทั่งประชาชนต้องออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลจัดการกับปัญหาความยากจนที่เกิดขึ้นและเรียกร้องให้ อี ซึงมัน พ้นจากตำแหน่งประธานาธิบดีจากการไม่ใส่ใจในความเป็นอยู่ของประชาชน หลังจากที่ อี ซึงมัน ลาออกจากตำแหน่งในสมัยของประธานาธิบดี ปาร์ค จุงฮี เล็งเห็นถึงปัญหาความยากจนและเศรษฐกิจของประเทศที่มีความตกต่ำมากจากผลของสงครามจึงมีการเริ่มใช้แผน 5 ปีในการพัฒนาเศรษฐกิจ อีกทั้งเริ่มมีการผลิตสินค้าที่เป็นอุตสาหกรรมเบา เช่น สิ่งทอ เสื้อผ้า รองเท้า ฯลฯ แต่รายได้เฉลี่ยของประชาชนเกาหลีต่อคนอยู่ที่ประมาณ 3000 บาทเท่านั้น (ยูนี ฮง, 2560) แต่ด้วยความพยายามของคนในชาติและการให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจของเกาหลีนั้นเริ่มเป็นไปในทางที่ดีขึ้น เมื่อเข้าสู่ปี 1970 เกาหลีเริ่มหันมาทำอุตสาหกรรมหนัก เช่น เหล็กกล้า เครื่องจักร รวมถึงเริ่มมีการอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

อีกทั้งรัฐบาลเกาหลีมีความพยายามที่จะส่งออกสินค้า โดยได้ก่อตั้งองค์กรส่งเสริมการค้าและการลงทุน (KOTRA : Korea Trade – Investment Promotion Agency) รวมถึงผลักดันนโยบายส่งเสริมการส่งออกทำให้รายได้ของประชาชนดีขึ้นกว่า 10 เท่าหลังจากเริ่มมีนโยบายเพียงแค่ 15 ปีเท่านั้น ต่อมาในปี 1992 เกาหลียังคงเดินหน้าเปิดประเทศอย่างต่อเนื่องโดยมีการเปิดตลาดลงทุนจากต่างชาติและได้เข้าร่วมกับองค์กรการค้าโลก (WTO : World Trade Organization) ในปี 1995 และในปี 1996 ได้เข้าร่วมองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OCED : Co–operation and Development) (มุน ฮวีซัง, 2560) ถือว่าเกาหลีได้เปิดประเทศอย่างเต็มที่ แต่ทว่าในปี 1997 ก็ได้ประสบปัญหาเศรษฐกิจอีกครั้งเมื่อในทวีปเอเชียเกิดวิกฤตเงินตราต่างประเทศ และเนื่องจากประเทศเกาหลีเปิดประเทศเพื่อส่งออกสินค้าจึงทำให้ต่างชาติโดยเฉพาะชาติฝั่งตะวันตกเข้ามาประกอบการและเผยแพร่วัฒนธรรมในเกาหลีได้มาก ในช่วงปลายทศวรรษ 1990 นอกจากจะขาดทุนในด้านการส่งออกเศรษฐกิจ ภายในเองก็เริ่มถดถอยประชาชนในประเทศส่วนใหญ่บริโภคแต่ของที่นำเข้าจากชาติตะวันตกเพราะมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยจึงเชื่อว่ามีคุณภาพที่ดีกว่า เป็นสากลมากกว่าทำให้สินค้าในประเทศนั้นขายไม่ได้ อีกทั้งวัฒนธรรมจากตะวันตกที่เข้ามาพร้อมกับการออกอากาศช่องโทรทัศน์ของอเมริกาในเกาหลีถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากรวมถึงภาพยนตร์ Holly Wood ที่โด่งดังไปทั่วโลกก็เข้ามามีบทบาทในประเทศเกาหลี สินค้าที่มาจากชาติตะวันตกและอเมริกาก็ทำกำไรได้มาก ผู้ประกอบการในเกาหลีต่างต้องรับมือกับปัญหาการขาดทุนและสินค้าที่ไม่สามารถ

ขายได้ทั้งในและนอกประเทศ คิม แดจุง ประธานาธิบดีของเกาหลีใต้ในขณะนั้นเล็งเห็นถึงปัญหาที่ว่าวัฒนธรรมจากต่างชาตินั้นมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศจึงมีนโยบายต่าง ๆ เพื่อควบคุมการหลั่งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเพื่อหวังจะแก้ปัญหาเศรษฐกิจให้ดีขึ้นและรักษาวัฒนธรรมของเกาหลีเอาไว้

รัฐบาลมีนโยบายเริ่มแรกในการแก้ไขปัญหาภายในประเทศก่อนเป็นอันดับแรกโดยให้มีการควบคุมการฉายภาพยนตร์จากต่างประเทศของโรงภาพยนตร์ทั้งหมดในเกาหลีโดยมีข้อบังคับให้โรงภาพยนตร์ทั่วประเทศต้องฉายภาพยนตร์เกาหลีอย่างน้อง 146 วันต่อปีเพื่อเป็นการตัดทอนจำนวนการฉายภาพยนตร์ต่างชาติออกไป อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นการพัฒนาและการผลิตภาพยนตร์ของผู้ประกอบการของเกาหลี หลังจากที่ประกาศให้นโยบายนี้ในปี 1998 ภาพยนตร์เกาหลีก็ประสบความสำเร็จในการทำกำไรจากการฉายในประเทศ คนเกาหลีเกือบจะทั้งหมดหันกลับมาสนใจความเป็นเกาหลีมากขึ้นและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศน้อยลง จนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครเกาหลีเติบโตอย่างรวดเร็วนำไปสู่การส่งออกภาพยนตร์และละครเกาหลีในที่สุด รวมถึงมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก็มีการเปิดการเรียนการสอนเกี่ยวกับการแสดงเพื่อหวังที่จะสร้างบุคลากรที่จะสามารถมาต่อยอดอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศต่อไปได้ในอนาคต (ดุริยางค คมขำ, 2553)

พัฒนาการและจุดเปลี่ยนของละครเกาหลี

ในปัจจุบันภาพยนตร์และละครเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากในระดับโลก ภาพยนตร์เกาหลีหลายเรื่องถูกส่งชื่อเข้าชิงรางวัลในหลายสาขาที่เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ ส่วนละครเกาหลีก็มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น ละครเกาหลีนับได้ว่าสามารถพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันให้สูงขึ้นได้อย่างรวดเร็วโดยหลังจากที่ละครชุดเรื่อง เพลงรักในสายลมหนาว (Winter love song) ออกอากาศในปี 2003 โดยได้รับความนิยมไปอย่างแพร่หลายและสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีได้เป็นอย่างมากทำให้มีเงินลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมนี้หลั่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก (มุน ฮวีซัง, 2560)

ในช่วงต้นทศวรรษ 1980 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีตกต่ำเนื่องจากการเข้ามาของภาพยนตร์ต่างประเทศที่รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศเกาหลีเพราะภาพยนตร์ต่างประเทศมีเนื้อหาที่แปลกใหม่ที่ชาวเกาหลียังไม่คุ้นเคยไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ญี่ปุ่น ภาพยนตร์อเมริกา ชาวเกาหลีส่วนใหญ่จึงไม่นิยมที่จะรับชมภาพยนตร์เกาหลีที่ไม่มีคุณภาพเทียบเท่ากับต่างประเทศ บริษัท

ประกอบการด้านการผลิตภาพยนตร์ค่อย ๆ ปิดตัวลงสาเหตุเพราะรายได้ต่ำผู้บริโภคภาพยนตร์เกาหลีน้อยลง แต่หลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายให้บริษัทที่นำเข้าภาพยนตร์ต่างชาติหนึ่งเรื่องก็จะต้องผลิตภาพยนตร์เกาหลีออกมาแทนหนึ่งเรื่องด้วยเช่นกันทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เริ่มฟื้นตัว ต่อมาในช่วงปลายทศวรรษ 1980 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลียังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยความช่วยเหลือของรัฐบาลที่ให้เงินสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยตรงมีการจัดหาทุนโดย Korean Venture Investment Corporation (KVIC) เพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมภาพยนตร์อีกทั้งเพื่อเป็นการผลิตภาพยนตร์ให้มีคุณภาพ ผู้กำกับ โปรดิวเซอร์ชาวเกาหลีได้เรียนรู้การสร้างภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกาและยุโรป อีกทั้งกฎหมายเกี่ยวกับการเซ็นเซอร์ยังลดข้อจำกัดลงทำให้ผู้ผลิตอิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้นอีกด้วย

เริ่มแรกในช่วงก่อนทศวรรษ 1990 ละครเกาหลีไม่มีคุณภาพ ผู้อำนวยการสร้างละครไม่มีแรงจูงใจในการสร้างละครให้มีคุณภาพเนื่องจากคาดว่าไม่สามารถแข่งกับละครโทรทัศน์ของอเมริกาได้ ละครเกาหลีจึงมีเนื้อเรื่องไม่น่าสนใจ น่าเบื่อ ละครส่วนมากถ่ายทำในสถานีโทรทัศน์ นักเขียนบทละครไม่มีความสามารถมากพอที่จะเขียนออกมาได้สนุกกว่าของต่างชาติ โปรดักชั่นไม่มีความสร้างสรรค์ เนื้อเรื่องส่วนใหญ่มักเน้นไปที่ความขัดแย้งระหว่างครอบครัวเป็นละครที่มีเนื้อหาไม่น่าสนใจ เน้นเนื้อหาแบบเดิม ๆ ที่แม่สามีเกลียดลูกสะใภ้ พี่น้องไม่รักกัน แม่ตบตีลูกหรือครอบครัวบังคับให้ลูกสาวแต่งงานเพื่อมรดก เป็นต้น (ยูนี ฮง, 2560) เรียกได้ว่าละครเกาหลีนั้นแทบจะไม่สามารถผลิตออกมาเพื่อที่จะแข่งขันกับต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตามหลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศใช้นโยบายเกี่ยวกับการฟื้นฟูภาพยนตร์เกาหลี ทำให้อุตสาหกรรมการละครของเกาหลีเล็งเห็นถึงความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาละครโทรทัศน์ให้เกิดความน่าสนใจและประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ในปี 1991 ละครเกาหลีเรื่อง What is love ที่ถูกพัฒนาและผลิตออกอากาศทางช่องฟรีทีวีโดยสถานีโทรทัศน์ MBC เนื้อเรื่องบอกเล่าเกี่ยวกับแม่บ้านวัยกลางคนที่เป็นชนชั้นกลางและเป็นเพื่อนกันมาตั้งแต่สมัยเด็ก รวมตัวกันเพื่อปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับเรื่องความรัก ละครเรื่องนี้จึงถ่ายทอดความเป็นมิตรภาพ มุมมองของความรักโรแมนติกและชีวิตประจำวันของคนเกาหลีออกมาได้ดี ในขณะที่ละครเรื่องนี้ออกอากาศในประเทศเกาหลี คนเกาหลีหันมารับชมละครเรื่องนี้มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของช่วงเวลานั้น ละครเรื่องนี้ประสบความสำเร็จอย่างมากในเกาหลีโดยนักแสดงนำฝ่ายชาย ชเว มินซู ได้รับรางวัลแพ็กซัง อาร์ต อวอร์ด รางวัลนักแสดงชายยอดนิยม สาขาละครโทรทัศน์ และนักแสดงนำ

ฝ่ายหญิง ฮา ฮีราก็ได้รับ รางวัลนักแสดงหญิงยอดนิยม สาขาละครโทรทัศน์อีกด้วย ถือว่าเป็นละครเรื่องแรกที่ทำให้คนเกาหลีกลับมาเสพละครเกาหลีอย่างเป็นทางการ ละครเกาหลียังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านคุณภาพและความน่าสนใจของเนื้อเรื่องต่อมาในปี 2002 ละครเกาหลีเรื่อง Winter love song ได้ออกอากาศเป็นครั้งแรกทางสถานีโทรทัศน์ช่อง KBS2 เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักที่อบอุ่นของหนุ่มสาว ความเศร้าเสียใจต่ออุปสรรคที่คู่ต้องเจอ เรื่องราวของรักแรกในวัยเด็กที่เมื่อทั้งคู่เติบโตขึ้นและได้มาเจอกันอีกครั้งกลับจำกันไม่ได้ พระเอกประสบอุบัติเหตุจนความจำเสื่อมส่วนนางเอกก็กำลังจะแต่งงานกับเพื่อนวัยเด็ก ทั้งสองคนพยายามที่จะตามหาความจริงว่าอีกฝ่ายเป็นใครจนสุดท้ายได้รู้ความจริงว่าคือรักแรกของกันและกัน แต่สุดท้ายแล้วฝ่ายชายเป็นโรคร้ายจนทำให้ตาบอด เนื้อเรื่องความรักที่มีอุปสรรคนี้ประสบความสำเร็จอย่างมากในเกาหลี ละครเรื่องนี้ได้ดึงความอบอุ่นของฝ่ายชาย ความสัทธาในความรักของฝ่ายหญิง แต่ก็มีปมความลับของตัวละครออกมานำเสนอทำให้เนื้อหามีความน่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ นักแสดงนำของเรื่องได้รับรางวัลมากมายจากละครเรื่องนี้ อีกทั้งนักแสดงฝ่ายชาย แบ ยองจุน ได้กลายเป็นตัวแทนของผู้ชายเกาหลีที่มีความอบอุ่นหลังจากละครเรื่อง Winter love song ประสบความสำเร็จอย่างมาก ละครเกาหลีก็ได้หันมานำเสนอเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรักมากขึ้นมีการผูกปมของตัวละครในแต่ละเรื่องจนมีละครที่โด่งดังมากมายตามมาตามลำดับ เช่น ละครเรื่อง Autumn in my heart ออกอากาศในปี 2000 ทางช่อง KBS2 เป็นละครแนวรักโรแมนติก-ดราม่า เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักของหนุ่มสาวที่คิดว่าเป็นพี่น้องกันหลังจากรู้ความจริงทั้งคู่ได้ไปอยู่ด้วยกันแต่ฝ่ายหญิงกลับป่วยเป็นมะเร็งเม็ดเลือดขาวจนทั้งคู่ต้องเจ็บปวดกับการที่จะต้องบอกลาคนรักไปตลอดกาล ละครเรื่อง Stairway to Heaven ที่ออกอากาศในปี 2003 ทางช่อง SBS เรื่องราวจะเกี่ยวข้องกับผู้หญิงที่เสียพ่อและแม่ไปตั้งแต่เด็กโดยมีเพื่อนผู้ชายคอยช่วยเหลือและให้กำลังใจจนเกิดเป็นความรัก เป็นต้น

ละครเกาหลีในช่วงต้นทศวรรษ 2000 เนื้อเรื่องจะเน้นไปทางโรแมนติก ดราม่าจนทำให้มีละครหลากหลายเรื่องที่มีเนื้อหาคล้ายกันจนกระทั่งในปี 2003 ละครย้อนยุคแนวอิงประวัติศาสตร์เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวงออกอากาศทางช่อง KBS2 โดยเป็นเรื่องเกี่ยวกับนางในห้องเครื่องที่เรียนรู้การทำอาหารในวังหลวงละครเรื่องนี้สอดแทรกวัฒนธรรมเกาหลีอยู่แทบจะทั้งหมดทั้งอาหาร การแต่งกาย พิธีกรรมต่าง ๆ เห็นได้ชัดว่าละครเกาหลีเริ่มมีการผลิตละครที่มีเนื้อเรื่องแตกต่างกันมากขึ้น ในปี 2009 ละครเกาหลีแนวสายลับสืบสวนสอบสวนเรื่อง IRIS ที่ออกอากาศทางช่อง KBS2 เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับหน่วยงานต่อต้านการก่อการร้ายโดยเน้นเนื้อเรื่องไปที่ความขัดแย้ง

ระหว่างเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ทำให้ผู้ชมเข้าถึงได้โดยอิงจากสถานการณ์จริงส่งผลให้ละครเรื่องนี้โด่งดังมากไม่ใช่แค่ในเกาหลีแต่ยังมีชื่อเสียงไปทั่วเอเชีย

ประเภทของละครเกาหลีที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 ประเภทใหญ่ ๆ (นพดล อินทร์จันทร์, พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, วิรุณ ตั้งเจริญและสุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2555) มีดังนี้

1. <u>ประเภทรักโรแมนติก</u> เนื้อเรื่องจะค่อนข้างเบาสมองเน้นให้ความบันเทิงและเล่าเรื่องราวความรักของหนุ่มสาว อาจจะสอดแทรกความตลกขบขันเอาไว้ในเนื้อเรื่อง ซึ่งมีละครเกาหลีหลายเรื่องที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรัก เช่น Full House, Descendants of the Sun เป็นต้น
2. <u>ประเภทอิงประวัติศาสตร์</u> เนื้อเรื่องจะได้รับแรงบันดาลใจมาจากบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์หรือมีเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับยุคสมัยในอดีต จะเน้นถ่ายทอดความสวยงามของฉากต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของเกาหลี วัฒนธรรมโบราณที่มีมาตั้งแต่สมัยก่อนเช่น การแต่งกายแบบเกาหลีโบราณ อาหารในราชสำนักที่ปรากฏอยู่ในฉาก ซึ่งละครประเภทนี้ก็ถือว่าเป็นละครที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากหลายเรื่อง ได้แก่ Dae Jang Geum, Queen Seon Duk, Dong Yi เป็นต้น
3. <u>ประเภทสะท้อนชีวิต</u> เนื้อเรื่องจะเน้นถ่ายทอดให้เห็นถึงปัญหาชีวิตของตัวละคร ความลำบาก ความเศร้าเสียใจ หรือความสูญเสีย ตัวเอกในเรื่องประเภทนี้ส่วนใหญ่มีปมในอดีตให้ผู้ชมได้ติดตามโดยจะค่อย ๆ เล่าเรื่องราวของปมนั้นผ่านละครในแต่ละตอนสร้างความเศร้าและความสงสารตัวละครให้แก่ผู้ชม เช่น You are my destiny, Stairway to heaven เป็นต้น

เห็นได้ชัดว่าตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมาละครเกาหลีได้พัฒนาเนื้อเรื่องให้มีความหลากหลายมากขึ้นและในประเทศเกาหลีเองก็หันมาสนใจในละครเกาหลีมากขึ้นทำให้อัตราการออกอากาศของละครต่างประเทศลดน้อยลง โดยในปัจจุบันประเภทของละครเกาหลีหลากหลายมากขึ้น เช่น โรแมนติก โรแมนติกคอมเมดี้ ละครครอบครัว สยองขวัญ แอคชั่น แฟนตาซี เป็นต้น ซึ่งละครในแต่ละเรื่องในปัจจุบันมักมีเรื่องความรักแทรกอยู่ด้วยเสมอ ชุง แทวอน ผู้กำกับละครเรื่อง IRIS เคยกล่าวว่า “มันเหนื่อยจริงๆที่ต้องให้ความสำคัญกับเรื่องความรักในละครสายลับแต่เนื่องจากคนดูละครส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านถ้าดึงดูดความสนใจไม่ได้ก็ยากที่จะมีเรตติ้งที่ดี” (ยูนี ฮง, 2560) เรื่องความรักโรแมนติกจึงเป็นเอกลักษณ์ของละครเกาหลีในที่สุด

การสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงของรัฐบาล : นโยบายควบคุมและการพัฒนา

หลังจากประเทศเกาหลีทำการเปิดประเทศในช่วงหลังสงครามเกาหลีเพื่อการค้าและประโยชน์ด้านเศรษฐกิจทำให้เกิดปัญหาการนำเข้าสินค้าต่างประเทศและการละเลยวัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศเกาหลี ซึ่งส่งผลกระทบกับเศรษฐกิจภายในเป็นอย่างมาก (มุน ฮวีซัง, 2560) ในช่วงปี 1962-1992 รัฐบาลเกาหลีได้พยายามแก้ไขปัญญาการหลั่งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมจากต่างชาติที่เข้ามามีบทบาทในประเทศเกาหลีมากเกินไป เริ่มแรกเน้นป้องกันการนำเข้าสื่อบันเทิงจากต่างชาติจนกว่าเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเกาหลีจะกลับมามั่นคง โดยมีการออกข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ผ่านสื่อบันเทิงเพื่อเป็นการควบคุมเนื้อหาของรายการ รวมถึงนโยบายควบคุมการนำเข้าสินค้าหรือสื่อบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจากต่างชาติปี 1945 รัฐบาลออกข้อบังคับห้ามนำเข้าสินค้าทางวัฒนธรรมจากญี่ปุ่นโดยเด็ดขาด ทั้งรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง และการ์ตูน ถึงแม้นโยบายนี้จะขัดต่อการให้อิสระทางด้านความคิดเห็นของประชาชน แต่ก็ถือว่าประสบความสำเร็จหลังจากที่นโยบายนี้ถูกบังคับใช้ทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องยกเลิกรายการจากต่างประเทศทั้งหมดจนทำให้ไม่มีรายการเพียงพอที่จะออกอากาศในแต่ละช่วงเวลา ผู้ผลิตรายการจึงต้องเร่งผลิตรายการมาเพื่อทดแทนจำนวนมาก อีกทั้งต้องผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศที่มีคุณภาพสูงขึ้นเพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภค นอกจากการควบคุมการนำเข้าแล้วรัฐบาลยังคงมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศให้มีคุณภาพ รายการในประเทศเริ่มได้รับความสนใจในช่วงต้นทศวรรษ 1980 ในขณะที่การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและการออกอากาศจะสามารถลดปริมาณของรายการโทรทัศน์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ในทางกลับกันจำนวนของผู้ชมรายการเกาหลีก็เป็นการบีบบังคับให้สถานีโทรทัศน์ของเกาหลีต้องปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและใช้อุปกรณ์ที่ดีในการปรับปรุงคุณภาพของรายการในประเทศที่มีการแข่งขันสูงขึ้น โดยอุตสาหกรรมบันเทิงต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับของรัฐบาลเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมการส่งออก อุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้รับการตรวจสอบอย่างเข้มงวดผู้ผลิตภาพยนตร์จะต้องได้รับการอนุญาตจากรัฐบาลให้นำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศสำหรับบริษัท ที่เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ภายในประเทศเท่านั้น (Milim KIM, 2011)

นอกจากนี้เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงรัฐบาลก็ได้มีนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ (Milim KIM, 2011) ดังนี้

1. สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่อนุญาตให้บริษัทผู้ผลิตอิสระรายเล็กเช่าโรงงานและได้จัดหาสถานที่ที่เอื้ออำนวยแก่ บริษัท ทำให้สามารถผลิตรายการโทรทัศน์ออกมาได้จำนวนมาก

2. จำกัดการออกอากาศของรายการโทรทัศน์ญี่ปุ่นเพื่อป้องกันการเข้ามามีอิทธิพลมากจนเกินไปของวัฒนธรรมต่างชาติ

3. กำหนดให้โรงภาพยนตร์ต้องแบ่งเวลาการฉายภาพยนตร์เกาหลีออกมาอย่างน้อย 146 วันต่อปีเพื่อควบคุมการออกอากาศของภาพยนตร์ต่างประเทศ

4. สนับสนุนรายการโทรทัศน์ของเกาหลี โดยให้เข้าร่วมงานแลกเปลี่ยนสินค้าทางดิจิตอลเพื่อนำเสนอให้กับต่างชาติเป็นการกระตุ้นให้ประเทศอื่น ๆ ซื้อรายการโทรทัศน์เกาหลีและนำไปออกอากาศในประเทศต่าง ๆ

5. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการผลิตรายการที่มีอยู่เดิมขึ้นใหม่เพื่อใช้ในการส่งออกโดยเฉพาะ เช่น เปลี่ยนแปลงการตัดต่อและเปลี่ยนคำบรรยายให้สอดคล้องกับมาตรฐานการออกอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

6. รัฐบาลสนับสนุนทางการเงินโดยตรงกับผู้ผลิตที่ต้องการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศภายในประเทศและรายการที่ต้องการส่งออก

7. จะตั้งสถานบันการศึกษาทางด้านสื่อบันเทิง Korean Academy of Film Arts (KAFA) เพื่อฝึกสอนให้นักศึกษาที่มีความสนใจและมีความสามารถในการทำภาพยนตร์ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตในทุกขั้นตอนอย่างมืออาชีพ

8. สนับสนุนทางการเงินทางอ้อม เช่น ระบบเงินกู้หรือสมาคมการลงทุน อนุญาตให้นักลงทุนที่ต้องการเงินลงทุนเพื่อผลิตสื่อบันเทิงสามารถกู้เงิน ดอกเบี้ยต่ำได้

9. นโยบายการส่งออก การตีพิมพ์หนังสือเกี่ยวกับภาพยนตร์เกาหลีและโปรแกรมสนับสนุนสำหรับการมีส่วนร่วมของผู้สร้างภาพยนตร์ชาวเกาหลีในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ

นโยบายและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีให้มีคุณภาพจนสามารถกลายเป็นสินค้าส่งออกของประเทศได้ในที่สุด อีกทั้งยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเกาหลีดีขึ้นอย่างก้าวกระโดด หลังจากที่สื่อบันเทิงของเกาหลีถูกเผยแพร่ออกสู่ต่างประเทศทำให้ผู้ชมจำนวนมากสนใจในความเป็นเกาหลีรัฐบาลจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของวัฒนธรรมเกาหลีและมีแนวคิดที่จะพัฒนาต่อยอดให้วัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นสินค้าเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ จึงได้มีการจัดตั้งองค์กร Korean Culture and Content Agency (KOCCA) เพื่อสนับสนุนความเป็นเกาหลี (Korean Content) ในทุกรูปแบบ โดยจะเน้นการนำเอาสาระความเป็นเกาหลีสอดแทรกลงไปในสื่อบันเทิงต่าง ๆ เช่น ละคร

ภาพยนตร์ เพลง เกมส์ ศิลปะ และแอนนิเมชั่น อีกทั้ง KOCCA ยังร่วมงานกับหน่วยงานอื่น ๆ อาทิ สถาบันส่งเสริมและพัฒนาเกมส์เกาหลี (KOREA GAME DEVELOPMENT & PROMOTION INSTITUTE : KDGI) ที่ดูแลการส่งเสริมด้านธุรกิจเกมส์รวมถึงโรงผลิตการ์ตูนเกาหลี (KOREANANIMATION STUDIO) ที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตการ์ตูน เป็นต้น (ชงคุมา กมลเวชช, 2551)

เห็นได้ว่าความพยายามที่จะพัฒนาสื่อบันเทิงเพื่อเป็นสื่อกลางในการส่งออกวัฒนธรรมของรัฐบาลเกาหลี เช่น ละคร ภาพยนตร์ เพลง การ์ตูนนั้นทำให้วัฒนธรรมเกาหลีได้เริ่มเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศกลายเป็นกลยุทธ์พัฒนาเศรษฐกิจเกาหลี ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงเกิดความสำเร็จส่วนหนึ่งมาจากรัฐบาลที่มีการกำหนดนโยบายและพัฒนากลไกลส่งเสริมวัฒนธรรมให้ได้รับการฟื้นฟูจนสามารถเป็นสินค้าส่งออกได้อีกด้วย

ความสำเร็จภายนอกประเทศ : จุดกำเนิดกระแสเกาหลี (Korean Wave)

นับตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมาละครโทรทัศน์ (K-Dramas) ภาพยนตร์ (K-Movies) เพลง (K-pop) ของเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศแถบเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สื่อ ข่าว นิตยสารและบทความมากมายเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกระแสความนิยมสื่อบันเทิงจากเกาหลีโดยเรียกความนิยมสื่อบันเทิงเกาหลีที่เกิดขึ้นว่า กระแสเกาหลี หรือ Korean Wave กระแสความนิยมที่มีต่อละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลงเกาหลี ได้ต่อยอดไปถึงความนิยมทุกสิ่งทุกอย่างของเกาหลีตั้งแต่อาหารไปจนถึงการแต่งหน้าหรือแฟชั่น จากที่ก่อนหน้านี้สื่อบันเทิงของอเมริกา (Hollywood) และสื่อบันเทิงญี่ปุ่นเคยได้ครองความนิยมในเอเชียมาอย่างยาวนาน จนผู้สื่อข่าวชาวอเมริกันคนหนึ่งกล่าวไว้ว่า “เกาหลีได้ทำการเปลี่ยนจากภาพยนตร์ที่ไม่มีคนรู้จักมาสู่ภาพยนตร์ที่โด่งดังที่สุดในเอเชีย” (Segers, 2000)

กระแสเกาหลีเป็นปรากฏการณ์ที่น่าตื่นตะลึงเนื่องจากก่อนปี 2000 ภาพยนตร์เกาหลี หรือละครเกาหลีนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติเลยหนังสือสารานุกรม The Oxford History of World Cinema ฉบับปี 1996 ก็กล่าวถึงแต่ภาพยนตร์ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮ่องกง และจีนเท่านั้น ซึ่งแม้แต่คนเกาหลีเองที่ถูกครอบงำโดยวัฒนธรรมจากต่างชาติก็คงนึกภาพไม่ออกเช่นกันว่าวันหนึ่งวัฒนธรรมของเกาหลีจะเป็นที่นิยมไปทั่วโลก (Segers, 2000)

กระแสเกาหลีเริ่มต้นขึ้นในประเทศจีนประมาณปี 1997 เมื่อละครโทรทัศน์เกาหลีเรื่อง What is Love? ได้รับความนิยมอย่างมากหลังจากออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ China Central (CCTV) และได้ถูกบันทึกว่าเป็นละครที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่สองและมีลำดับสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ของโทรทัศน์จีน หลังจากการได้รับความนิยมที่ไม่คาดคิดนี้ละครชุดเรื่องอื่น ๆ ก็ได้สร้างความประทับใจให้กับผู้ชมชาวจีนเป็นอย่างมาก ละครเกาหลีเริ่มออกอากาศทางโทรทัศน์ในหลายประเทศ เช่น ไต้หวัน สิงคโปร์ ไทย เวียดนามและอินโดนีเซียที่เริ่มมีการเปิดเสรีทางสื่อบันเทิง ในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ประเทศในแถบเอเชียประสบกับวิกฤตทางเศรษฐกิจทำให้ละครเกาหลีรวมถึงรายการต่าง ๆ ของเกาหลีที่มีราคาถูกกว่าของชาติอื่น เป็นที่ต้องการของตลาดในเอเชีย ซึ่งละครเกาหลีมีราคาถูกกว่าละครญี่ปุ่นถึงสี่เท่าและถูกกว่ารายการฮ่องกงถึงสิบเท่า (Segers, 2000) ทำให้การส่งออกละครและรายการโทรทัศน์เกาหลีทำรายได้มากถึง 150.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2007 (กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว, 2551) นอกกจากนี้ภาพยนตร์และเพลงจากเกาหลีก็ได้รับความนิยมไปพร้อมกับละครโทรทัศน์เกาหลีที่โด่งดังไปทั่วเอเชีย ตัวอย่างเช่น บอยแบรนวง H.O.T. พบว่าติดอันดับชาร์ตเพลงในประเทศจีนและไต้หวันในปี 1998 วงนี้ได้รับความนิยมอย่างมากจนยอดขายอัลบั้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึงแม้วงจะหยุดพักกลางปี 2001 จากนั้นในปี 2002 อัลบั้มเปิดตัวของศิลปินหญิง BoA ได้รับความนิยมมากจากกลุ่มวัยรุ่น จนได้รับรางวัลอันดับหนึ่งในการจัดอันดับเพลง Oricon Weekly ของญี่ปุ่นและ Billboard Charts ของอเมริกา (Visser, 2002) อีกทั้งเพลงและท่าเต้นของวงเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีอย่าง Wonder Girls และ Girls 'Generation ก็เป็นที่นิยมในกัมพูชาและไทย ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมาภาพยนตร์เกาหลีได้รับเสียงชื่นชมอย่างมากและดึงดูดผู้ชมทั่วเอเชียดาราเกาหลีมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคกระแสเกาหลีถูกส่งออกไปผ่านสื่อบันเทิง เช่น อาหาร แฟชั่น การแต่งหน้าหรือแม้แต่การนิยมทำศัลยกรรมพลาสติกตามสไตล์ของดาราเกาหลี วัยรุ่นเอเชียส่วนใหญ่ที่มีความชื่นชอบกระแสเกาหลีมักจะตกแต่งสมุดบันทึกและกระเป๋านักเรียนด้วยรูปของดาราเกาหลีที่ได้รับความนิยมในเอเชีย เช่น ลี ยองเอ, ซอง เฮเคียว, ลี มินโฮ, ปาร์ค ชินเฮ, ลี จุงกิ เป็นต้น จากความหลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลีทำให้แฟนคลับต่างประเทศหันมาเรียนภาษาเกาหลีและเดินทางไปเที่ยวตามรอยละครที่เกาหลีเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากจำนวนของผู้เข้าสอบวัดระดับภาษาเกาหลี (TOPIK) ในปี 2009 มีจำนวนทั้งหมด 189,320 คน ต่างจากปี 1997 ที่มีผู้สอบจากต่างชาติเพียง 2,692 คนเท่านั้นซึ่งบุคคลที่สนใจเรียนภาษาเกาหลีส่วนใหญ่มาจากกลุ่มแฟนคลับของละครเกาหลี (YI, 2009)

เนื่องจากความนิยมในกระแสเกาหลีก็ส่งผลให้การท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีได้รับความนิยมเช่นกัน บริษัท ทัวร์ท่องเที่ยวของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีแบบตามรอยสถานที่ถ่ายทำละครชื่อดัง ไม่ว่าจะเป็น พระราชวังคยองบ๊กกุง ที่ใช้ถ่ายทำละครเรื่อง แดจังกึม หรือ เกาะนามิ ที่ใช้ถ่ายทำละครเรื่อง เพลงรักในสายลมหนาว เป็นต้น ซึ่งคนไทยเองก็นิยมไปเที่ยวเกาหลีเป็นอย่างมากถือว่าเป็นประเทศที่เดินทางเข้าไปเที่ยวในประเทศเกาหลีมากที่สุดประเทศหนึ่งก็ว่าได้ จากกระแสเกาหลีที่ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาในประเทศเกาหลีทำให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถทำรายได้เข้าสู่เกาหลีได้อย่างมหาศาล จึงเร่งให้องค์กร KOREA NATIONAL TOURISM ORGANIZATION (KNTO) วางแผนที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น กระแสเกาหลีไม่เพียงทำให้ประเทศเกาหลีเป็นที่รู้จักและทำรายได้ให้กับประเทศเท่านั้น แต่ยังทำให้ความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศดีขึ้นตามไปด้วย ประเทศเวียดนามที่เคยต่อสู้กับกองทัพทหารเกาหลีในสมัยสงครามก็หันมาชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี เพลงและละครเกาหลีเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ชาวเวียดนามเปิดใจและเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับประเทศเกาหลี เช่น นักแสดงเกาหลี จาง ดองกุนและนักแสดงหญิง คิม นัมจู ที่มีชื่อเสียงมากในเวียดนาม ถูกเชิญโดยประธานาธิบดีของเกาหลี คิม แดจุง ในปี 2001 เพื่อร่วมรับประธานอาหารกับประธานาธิบดีเวียดนามที่มาเยือนประเทศเกาหลี รวมถึงชาวไต้หวันที่เกาหลีได้ตัดความสัมพันธ์ทางการทูตกับไทเปเพื่อสร้างสายสัมพันธ์ใหม่กับจีนแผ่นดินใหญ่ เมื่อกระแสเกาหลีเป็นที่นิยมนั้นทำให้ความสัมพันธ์อันขุ่นมัวของสองประเทศก็เริ่มจะจางหายไป (AUSTRALIAN, 2002) ในปี 2002 ศิลปินหญิง BOA ได้ขึ้นปกนิตยสาร LE MONDE ในฝรั่งเศส เพื่อเป็นสัญลักษณ์การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างเกาหลีและญี่ปุ่น อีกทั้งยังได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประชุมระหว่างประเทศของเกาหลีและญี่ปุ่นที่โตเกียวในปี 2003 (MACINTYRE, 2002)

นอกจากกระแสเกาหลีจะประสบความสำเร็จในแถบเอเชียแล้วในปัจจุบันกระแสเกาหลียังเป็นที่จับตามองในตลาดอเมริกาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของโลกด้วย กระแสเกาหลีเริ่มเป็นที่นิยมในอเมริกาจากเพลง GANGNAM STYLE ของศิลปินเกาหลี PSY ที่เผยแพร่ออกมาในปี 2012 ซึ่งในปัจจุบัน (2019) มียอดเข้าชมใน YOUTUBE มากกว่า 3 พันล้านครั้งถือเป็นยอดเข้าชมที่มากที่สุดของประวัตศาสตร์เพลงเกาหลี เพื่อให้เป็นที่รู้จักในอเมริกาศิลปินเกาหลีมักจะมีการร่วมงานระหว่างนักแต่งเพลงหรือศิลปินที่มีชื่อเสียงในอเมริกา เช่น ศิลปินเกาหลี PSY และ GIRLS 'GENERATION ที่มีผลงานเพลงร่วมกับ SNOOP DOGG แร็ปเปอร์ชาวอเมริกันอีกทั้ง G – DARGON จากวง BIGBANG

และ CL จากวง 2NE1 ร่วมมือกับ SKRILLEX นักแต่งเพลงแนวอิเล็กทรอนิกส์ (EDM) อเมริกัน และในปี 2017 บอยแบรนวง BTS ได้ออกผลงานเพลงภาษาอังกฤษ “MIC DROP” โดยเป็นผลงานร่วมกันกับ STEVE AOKI นักแต่งเพลงชาวอเมริกันและยังมีทัวร์คอนเสิร์ตในหลายเมืองทั่วอเมริกา ศิลปินชาวอเมริกันและแฟนคลับอเมริกันต่างยอมรับถึงศักยภาพของศิลปินเกาหลี ศิลปินเกาหลีหลายวงได้รับรางวัลจากรายการเพลงประจำชาติอเมริกาอย่าง BILLBOARD ไม่ว่าจะเป็น TWICE, PSY, BIGBANG, BLACKPINK, 2NE1, BTS, EXO เป็นต้น นอกจากนี้ตั้งแต่ปี 2012 มีการจัดเทศกาลดนตรีเกาหลีที่เรียกว่า KCON ใน NEW YORK และ LOS ANGELES สองเมืองใหญ่ในอเมริกาเปิดโอกาสให้แฟนคลับชาวอเมริกันได้ใกล้ชิดกับศิลปินเกาหลี ภายในงานมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลี โดยจำนวนรวมของบัตรคอนเสิร์ตที่ขายได้ของทั้งสองเมืองรวมทั้งหมด 128,000 ใบ (LISA M. LONGENECKER AND JOOYOUN LEE, 2018)

เห็นได้ชัดว่ากระแสเกาหลี หรือ KOREAN WAVE เป็นที่นิยมและประสบความสำเร็จทั้งในแถบเอเชียรวมถึงอเมริกา วัฒนธรรมที่ถูกส่งผ่านสื่อบันเทิงเหล่านี้ทำได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายโดยเครือข่ายอินเตอร์เน็ตที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ความนิยมของกระแสเกาหลีตอกย้ำถึงความสำเร็จของรัฐบาลเกาหลีที่พยายามจะผลักดันความเป็นเกาหลีออกสู่โลกภายนอกและคาดว่าธุรกิจด้านวัฒนธรรมของเกาหลีจะยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

กระแสเกาหลีในประเทศไทย : จุดเริ่มต้น และ การคลั่งไคล้กระแสเกาหลี

สื่อบันเทิงเกาหลีเริ่มเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2000 ละครชุดเกาหลีเรื่องแรกที่ออกอากาศในประเทศไทยคือเรื่อง WISH UPON THE STAR (ลิขิตรักข้ามดวงดาว) ทางกองทัพบก ช่อง 5 ในปี 2000 แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ต่อมาในปี 2001 ทางช่อง ITV (THAI PBS ในปัจจุบัน) ได้นำละครชุดเรื่อง AUTUMN IN MY HEART (รักนี้ชั่วนิรันดร์) มาออกอากาศละครชุดเรื่องนี้ถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศไทย หลังจากที่ละครเกาหลีได้รับความนิยมมากจึงทำให้สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ในประเทศไทยวางนโยบายนำเข้าละครชุดเกาหลีต่อมาเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นช่อง ITV ที่นำเข้าเรื่อง WINTER LOVE SONG (เพลงรักในสายลมหนาว) ออกอากาศใน ปี 2003 , AGE OF INNOCENT (รักอีกครั้งก็ยังเป็นเธอ) ออกอากาศในปี 2003 , SAY YOU LOVE ME (รักซ้อนซ่อนเล่ห์) ออกอากาศในปี 2005 ละครชุดเกาหลียังคงเป็นกระแสในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ช่อง 7 ก็ได้นำเข้าเรื่อง FULL HOUSE (สะดุดรักที่พักใจ) , PRINCESS HOUR (เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา)

และได้รับความนิยมจากวัยรุ่นชาวไทยอย่างสูง จนกระทั่งกระแสเกาหลีเป็นที่นิยมและโด่งดังที่สุดจากละครชุดเกาหลีแนวอิงประวัติศาสตร์เรื่อง JEWEL IN THE PALACE (แดจังกึม) ที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 นำมาออกอากาศในปี 2005 เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตของหญิงสาวธรรมดาคนหนึ่งที่กลายเป็นหมอหลวงหญิงคนแรกของเกาหลีในยุคโชซอนเนื่องจากละครเรื่องนี้เป็นละครแนวย้อนยุคที่สอดแทรกวัฒนธรรมเกาหลี รวมถึงอาหารและการรักษาโรคแบบโบราณของเกาหลี แดจังกึมกลายเป็นกระแสที่พูดถึงอย่างมากในสังคมไทย แม้ว่าจำนวนตอนที่ออกอากาศจะมีมากถึง 54 ตอน ทำให้ละครเรื่องนี้ใช้ระยะเวลาออกอากาศนานเท่ากับละครไทยสองเรื่องรวมกันแต่ก็ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจนจบ (ดุริยางค คมขำ, 2553)

หลังจากที่ละครเรื่องแดจังกึมโด่งดังคนไทยก็หันมาสนใจ “วัฒนธรรมเกาหลี” กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นเริ่มมีการเข้ามาของสินค้าเกาหลี เช่น อาหาร แฟชั่น เครื่องสำอาง เป็นต้น นอกจากนี้คนไทยเริ่มสนใจเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีหลังจากละครเรื่อง แดจังกึม เป็นกระแสในประเทศไทยก็พบว่าคนไทยนั้นเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีมากเป็นอันดับที่สองรองจากคนจีนซึ่งสถานที่ที่นิยมท่องเที่ยวมากที่สุดก็คือ “เกาะนามิ” สถานที่ถ่ายทำละครเรื่อง WINTER LOVE SONG (เพลงรักในสายลมหนาว) ความน่าสนใจของเกาะนามิก็คือบริเวณรอบเกาะจะมีป้ายที่เขียนเกี่ยวกับประวัติของละครรูปบรรยากาศการถ่ายทำและมีจุดเด่นเป็นรูปปั้นของพระเอกและนางเอกของเรื่องที่ทำไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาถ่ายรูปเพื่อเป็นที่ระลึกอีกด้วย

นอกจากละครชุดเกาหลีที่คนไทยชื่นชอบนั้นศิลปินและเพลงเกาหลีก็ถูกพูดถึงเป็นอย่างมากในประเทศไทยโดยศิลปินเกาหลีวงแรกที่เป็นที่รู้จักในไทยคือวง TVXQ หรือ ดงบังชินกิ ศิลปินบอยแบรนจากค่ายเพลง SM ENTERTAINMENT ถือได้ว่าเป็นขวัญใจวัยรุ่นไทยเพลงของพวกเขาอยู่บนชาร์ตเพลงของไทยนานถึง 4 สัปดาห์ในปี 2006 นอกจากนี้ยังมีศิลปินวงอื่น ๆ อีกมากมายที่เป็นที่พูดถึงในประเทศไทย เช่น SUPER JUNIOR, WONDER GIRLS, 2PM, BEAST และ 4 MINUTE เป็นต้น โดยคนไทยส่วนใหญ่ที่คลั่งไคล้นศิลปินเกาหลีเกือบทั้งหมดติดตามข่าวสารจากทางสื่อออนไลน์อย่าง TWITTER ที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วศิลปินเกาหลีมีอิทธิพลมากกับคนไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นที่ใช้เงินไปกับการซื้อบัตรคอนเสิร์ตเกาหลีในทุก ๆ ปี (AYDAN STUART, 2014) เทศกาลดนตรีเกาหลีเริ่มมีการจัดขึ้นในประเทศไทยเพราะจำนวนแฟนคลับที่เพิ่มมากขึ้นในปี 2012 มีการจัดเทศกาลดนตรีที่ชื่อว่า 2012 KOREAN MUSIC WAVE IN BANGKOK ซึ่งมีศิลปินเกาหลีที่เข้าร่วมงานทั้งหมดกว่า 20 วง โดยจัดขึ้นที่สนามราชมังคลากีฬาสถานและเทศกาลดนตรีเกาหลีครั้งล่าสุด KCON 2018 IN

THAILAND โดยมีวง GOT7 บอยแบรนที่เป็นที่นิยมมากของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันยืนยันความสามารถด้วยการทัวร์คอนเสิร์ตใน 17 เมืองใหญ่ทั่วโลกและคอนเสิร์ตเดี่ยว “ EYES ON YOU” ในปี 2018 ที่จัดขึ้นที่อิมแพ็คอารีน่าเมืองทองธานีที่บัตรขายหมดทั้งสามรอบการแสดง (THE NATION, 2018) นอกจากนี้ศิลปินเกาหลีอีกมากมายที่เดินทางมาจัดแสดงที่ประเทศไทยตามคำเรียกร้องของแฟน ๆ

วัฒนธรรมเกาหลีก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นกระแสในประเทศไทยเห็นได้จากร้านอาหารเกาหลีที่ถูกเปิดขึ้นอย่างมากมายในประเทศไทย เช่น BON CHON, RED SUN, BIBIMBUB HOUSE อีกทั้งแฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องสำอางที่เป็นที่นิยมในประเทศไทยส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นแนวเกาหลี ร้านเครื่องสำอางชื่อดังของเกาหลีก็สามมารถพบเห็นได้ในห้างสรรพสินค้าไทยคนไทยจำนวนมากนิยมไปเกาหลีเพื่อทำศัลยกรรมตามแบบดาราที่ตนเองชอบแสดงให้เห็นว่าคนไทยหลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก การเสพวัฒนธรรมผ่านสื่อต่าง ๆ ของคนไทยกลายเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไป (ACHIRAYA96, 2017) จากกระแสเกาหลีเป็นที่นิยมในไทยสินค้าต่าง ๆ ของไทยจึงมีการนำศิลปินและดาราเกาหลีมาเป็นพรีเซ็นเตอร์เพื่อโฆษณาเช่น เอสโคล่า ที่นำศิลปินวง GOT7 มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันกระแสเกาหลีได้เข้าถึงคนไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นมีการจัดการประกวดการเต้น COVER หรือแม้แต่การที่ค่ายเพลงของเกาหลีที่มาทำการจัดประกวดในไทยก็มีวัยรุ่นไทยจำนวนมากที่สนใจไปประกวดโดยรางวัลชนะเลิศก็จะได้เข้าไปเป็นศิลปินฝึกหัดในค่ายเพลงของเกาหลีจนได้ออกอัลบั้มเป็นศิลปินอาชีพในที่สุด โดยมีคนไทยที่ได้เป็นศิลปินเกาหลีในค่ายเพลงต่าง ๆ ดังนี้ นิชคุณ, แบมแบม จากค่าย JYP ลิซ่า จากค่าย YG สร, มินนี่ จากค่าย CUBEและ เต็นท์ จากค่าย SM ตัวอย่างเหล่านี้ก็ทำให้วัยรุ่นไทยใฝ่ฝันที่อยากจะเป็นศิลปินในประเทศเกาหลีมากขึ้น

เห็นได้ว่ากระแสเกาหลีประสบความสำเร็จอย่างมากในทุก ๆ ด้านในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นละครชุดที่มีให้ได้ชมอยู่เรื่อย ๆ ในช่องฟรีทีวีของไทย คอนเสิร์ตเกาหลีที่มีจัดขึ้นในทุกเดือนในประเทศไทย ร้านอาหารเกาหลีที่เพิ่มมากขึ้น สินค้าเกาหลีที่สามารถหาซื้อได้ง่ายขึ้นรวมถึงจำนวนคนไทยที่เรียนภาษาเกาหลีเพิ่มมากขึ้นก็ทำให้เห็นได้ว่าประเทศไทยนั้นเป็นประเทศหนึ่งที่กระแสเกาหลีเข้ามามีอิทธิพลเป็นอย่างมาก

กระแสเกาหลีกับความนิยมในประเทศไทย : พฤติกรรมและทัศนคติต่อกระแสเกาหลี

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่เปิดกว้างในการรับข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับวัฒนธรรมต่าง ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจึงทำให้ประเทศไทยมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมใน

สังคม หลังจากที่กระแสเกาหลีเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทยในช่วงปลายทศวรรษ 2000 โดยการเข้ามาของละครชุดเกาหลีเรื่อง เรื่อง JEWEL IN THE PALACE (แดจังกึม) ที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 นำมาออกอากาศในปี 2005 เป็นกระแสที่พูดถึงไทยทั่วประเทศ “วัฒนธรรมเกาหลี” เริ่มมีให้เห็นโดยทั่วไปในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นละครชุดและภาพยนตร์เกาหลีที่ออกอากาศทางช่องฟรีทีวีของสถานีโทรทัศน์ เว็บไซต์ออนไลน์ต่าง ๆ ที่สามารถเข้ารับชมละครหรือเพลงเกาหลีที่จัดทำโดยคนไทยที่มีความสนใจในละครเกาหลีทำบรรยายไทยให้คนไทยได้ดูฟรีได้ทุกเวลาที่สะดวกความสะดวกสบายในการเข้าถึงละครเกาหลีจึงแพร่กระจายไปในวงกว้างมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้คนไทยนั้นสามารถรับชมละครเกาหลีได้พร้อม ๆ กับคนเกาหลี นอกจากนี้ไม่ใช่เพียงละครเกาหลีเท่านั้นที่โด่งดังในประเทศไทยในปัจจุบันเพลงเกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี ละครเกาหลี อาหารเกาหลี หรือแม้แต่ภาษาเกาหลีเองก็เข้ามามีอิทธิพลไม่น้อยโดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงาน กระแสเกาหลีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ ความชื่นชอบ อาจจะแสดงออกมาทางบุคลิกเช่น การรับประทานอาหาร การแต่งตัว รวมถึงการพูด เป็นต้น (ปภังกร ปรีดาชัชวาล, ไฉไล ศักดิวรพงศ์และสากล สถิตวิทยานันท์, 2556, หน้า 17-30)

จากอิทธิพลของกระแสเกาหลีทำให้เกิดจากเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นไทยขึ้นทั้งการแต่งตัว การแต่งหน้า ทำผมตามแบบดารานักร้องเกาหลี อีกทั้งดึงดูดให้วัยรุ่นไทยหันมาศึกษาภาษาและวัฒนธรรมเกาหลีเพิ่มมากขึ้นสถาบันสอนภาษาเกาหลีในประเทศไทยมีเพิ่มขึ้นรวมถึงมหาวิยาลัยหลายแห่งก็ทำการบรรจุภาษาเกาหลีให้เป็นวิชาเอกโดยมีนักศึกษาจำนวนมากที่สนใจเข้าศึกษาและเชื่อมั่นว่าหากจบการศึกษาจะไม่ตกงานเพราะบริษัทเกาหลีที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและคาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง กระแสเกาหลีในปัจจุบันยังคงส่งผลถึงทัศคติของวัยรุ่นไทยบ้างก็มีการดูถูกศิลปินไทยว่าไม่มีความสารมารถเทียบเท่าศิลปินเกาหลี หากในกลุ่มเพื่อนชอบเพลงไทยก็จะมองว่าเชย เป็นต้น (ชุติมา ชุณหกาญจน์, 2550) เนื่องจากสื่อบันเทิงต่าง ๆ ของเกาหลีสอดแทรกวัฒนธรรมทำให้คนไทยซึมซับวัฒนธรรมจากสื่อจนเกิดการยอมรับและปฏิบัติตามในหลายด้าน ได้แก่

<u>การแต่งกาย</u> ในปัจจุบันแฟชั่นที่ได้รับความนิยมมากก็คือแฟชั่นจากเกาหลี การแต่งกายที่เปลี่ยนไปของคนไทยที่แสดงให้เห็นที่ความนิยมในกระแสเกาหลีโดยจะนิยมแต่งกายแนวสดใส น่ารัก สีสันสดใสตามแบบเครื่องแต่งกายของนางเอกเกาหลี

การแต่งหน้า ดาราเกาหลีจะนิยมแต่งหน้าแบบธรรมชาติทำให้ดูเหมือนไม่ได้แต่ง เน้นดวงตากลมโตโดยการใส่คอนแทคเลนส์ที่มีขนานใหญ่กว่าดวงตาเล็กน้อยเพื่อให้ดูสดใส ลักษณะการเขียนรูปคิ้วก็จะเขียนแบบธรรมชาติโดยคงรูปเดิมเอาไว้แต่งเติมเพียงเล็กน้อย คนไทยก็ได้รับแฟชั่นการแต่งหน้าจากเกาหลีมาไม่น้อยเห็นได้จากคอนแทคเลนส์เกาหลีที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปในห้างสรรพสินค้าในไทย

ทรงผม ในปัจจุบันทรงผมของผู้ชายที่ไว้ผมด้านหน้าให้ยาวปิดหน้าผาก หรือผมหน้าม้าเป็นสิ่งที่พบได้ทั่วไปในแฟชั่นทรงผมของคนไทยและนิยมมากกว่าการตัดผมสั้นรองทรงแบบไทย โดยทรงผมหน้าม้าของผู้ชายก็ได้รับอิทธิพลมากจากทรงผมของพระเอกในละครเกาหลีชื่อดังในหลายเรื่องที่มักจะมีผมด้านหน้าที่ยาวจนปิดหน้าผาก

ภาษาเกาหลี ความต้องการเรียนภาษาเกาหลีของคนไทยมีมากขึ้นเห็นได้จากโรงเรียนหรือสถาบันสอนภาษาเกาหลีที่เปิดตัวเพิ่มขึ้นรวมถึงยังมีการสอนผ่านสื่อออนไลน์และผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ อย่างแพร่หลายเช่นกัน

อาหารเกาหลี หลังจากที่ละครชุดเรื่อง JEWEL IN THE PALACE (แดจังกึม) ออกอากาศในประเทศไทยในปี 2005 ซึ่งในละครได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารเกาหลีไว้มากมายทำให้คนไทยจำนวนมากสนใจที่จะลิ้มลองรสชาติของอาหารเกาหลี ร้านอาหารเกาหลีจำนวนมากเปิดกิจการขึ้นในประเทศไทย จนเกิดการก่อตั้งศูนย์รวมร้านอาหารเกาหลีขึ้นในย่าน สุขุมวิท และเรียกว่า Korean Town

เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี สถานที่ต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในละครเกาหลีเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามดึงดูดผู้ชมชาวไทยให้ไปท่องเที่ยวตามรอยละครที่เกาหลีสถานที่ที่คนไทยนิยมไปเช่น พระราชวังคยองบ๊กกุง, หมู่บ้านนัมซานฮันอก, สวนสนุกเอเวอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งบริษัททัวร์ในประเทศไทยจำนวนไม่น้อยที่มีการจัดโปรแกรมทัวร์ไปประเทศเกาหลีในราคาย่อมเยา ทำให้คนไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศเกาหลีมากที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ

การศัลยกรรม ในสมัยก่อนการศัลยกรรมในประเทศไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับ ไม่แพร่หลาย ในทางกลับกันประเทศเกาหลีการทำศัลยกรรมนั้นเป็นที่แพร่หลายมากโดยเฉพาะนักร้อง ดาราเกาหลีที่นิยมทำศัลยกรรมกันจนเป็นเรื่องปกติ หลังจากที่กระแสเกาหลีได้รับความนิยมในประเทศไทยทำให้ทัศนคติต่อการศัลยกรรมของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปและเริ่มยอมรับว่าเป็นเรื่องปกติที่จะทำเพื่อให้ตัวเองดูดีขึ้นตามแบบนักน้อง ดาราเกาหลี (ชุติมา ชุณหกาญจน์, 2550)

กล่าวคือจากที่กระแสเกาหลีเข้ามาเป็นที่นิยมในประเทศไทยผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทั้งโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ทำให้วัฒนธรรมเกาหลีที่สอดแทรกมากับสื่อบันเทิงหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยจนเกิดเป็นความนิยมที่นำไปสู่การพฤติกรรมเลียนแบบและความคลั่งไคล้เกาหลีจนสามารถเปลี่ยนทัศนคติของคนไทยโดยส่วนใหญ่เป็นไปในทางบวก ประเทศไทยนำเข้าสินค้าจากประเทศเกาหลีหลายประเภทได้แก่ เครื่องสำอาง เทคโนโลยี อาหาร เสื้อผ้า ฯลฯ รวมถึงละครเกาหลีที่มีส่วนช่วยผลักดันให้คนไทยจำนวนมากเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีและคาดว่าวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทยนั้นจะยังคงเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องในอีกหลายปีข้าง

สรุป

จากผลการศึกษาพัฒนาการของกระแสเกาหลี หรือ Korean Wave แสดงให้เห็นว่าตั้งแต่ช่วงหลังสงครามเกาหลีในปี 1953 รัฐบาลเกาหลีมีความพยายามที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจในประเทศที่ตกต่ำจากสงครามให้ดีขึ้นจากการเรียกร้องของประชาชนจึงเกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจ 5 ปีขึ้น อีกทั้งพยายามจะแก้ไขปัญหาการนำเข้าสินค้าและสื่อบันเทิงจะต่างชาติที่มากเกินไปของประเทศเกาหลีจนทำให้ผู้ประกอบการภายในประเทศรวมถึงธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศได้รับผลกระทบ รัฐบาลยังเห็นถึงประโยชน์ของสื่อบันเทิงที่เป็นอำนาจอ่อนสามารถเข้าถึงได้ง่ายจึงมีนโยบายที่จะสนับสนุนพัฒนาสื่อบันเทิงให้มีคุณภาพและคาดหวังที่จะทำให้สื่อบันเทิงเป็นสินค้าส่งออกของประเทศเกาหลี หลังจากที่การพัฒนาสื่อบันเทิงในประเทศเกาหลีทั้ง ละคร ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เพลง เกมส์ รวมถึงการ์ตูนและแอนนิเมชั่น ได้ผลตอบรับที่ดีภายในประเทศและเริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศหลายแห่งในเอเชียรัฐบาลเกาหลีก็ได้เริ่มเล็งเห็นถึงประโยชน์ของวัฒนธรรมเกาหลีที่ต่างชาติเริ่มให้ความสนใจ จึงเริ่มนโยบายสนับสนุนให้วัฒนธรรมเกาหลีนั้นสอดแทรกเข้าไปกับสื่อบันเทิง

การริเริ่มให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมเกาหลีนั้นรัฐบาลเกาหลีได้จัดตั้งองค์กร Korean Culture and Content Agency (KOCCA) ขึ้นมาเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรม สินค้าทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลีและเน้นส่งออกความเป็นเกาหลีสู่โลกภายนอกจนนำไปสู่การเกิดกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่เรียกว่า กระแสเกาหลี หรือ Korean Wave ที่แพร่หลายออกไปทั่วเอเชียจนถึงระดับโลก กระแสเกาหลีทำให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีขึ้นในประเทศต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย แฟชั่น การแต่งหน้า ทรงผม รวมถึงเป็นอิทธิพลที่ทำให้ชาวต่างชาติเริ่มสนใจที่จะเรียนภาษาเกาหลี และจากการที่รัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาสถานที่ถ่ายทำละครให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจากหลายหลากประเทศที่มีความชื่นชอบในกระแสเกาหลีก็ต่างสนใจอยากจะเดินทางไปเที่ยวที่ประเทศเกาหลีมากขึ้นทำให้การท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีเติบโตขึ้นตามไปด้วย

ปัจจัยที่ทำให้กระแสเกาหลี หรือ Korean Wave ประสบความสำเร็จจากการศึกษาคาดว่าการสนับสนุนจากนโยบายของรัฐบาลและแนวปฏิบัติที่พัฒนาส่งเสริมสื่อบันเทิงของเกาหลี อีกทั้งการร่วมมือของผู้ประกอบการ บริษัท องค์กรต่าง ๆ ในประเทศเกาหลีที่มีหลักการไปในทิศทางเดียวกันล้วนมีส่วนทำให้กระแสเกาหลีประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและต่างประเทศจนกลายเป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศรวมถึงยังทำให้ธุรกิจอื่น ๆ ของเกาหลีเติบโตตามไปด้วยไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า เทคโนโลยีของเกาหลีต่างก็ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศมากขึ้นสังเกตได้จากความนิยมกระแสเกาหลีในประเทศไทยที่นำเข้าละครชุดเกาหลีหลากหลายเรื่องสถานีโทรทัศน์ทั้งฟรีทีวีและเคเบิ้ลต่างก็มีการนำเข้าละคร ภาพยนตร์และการ์ตูนเกาหลี รวมถึงวัฒนธรรมเกาหลีที่มีอิทธิพลต่อประเทศไทย เช่น การศัลยกรรมของคนไทยที่เป็นที่ยอมรับและทำกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น

สรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีเติบโตและเป็นที่นิยมในประเทศไทยมีรากฐานมาจากนโยบายสนับสนุนและพัฒนาสื่อบันเทิงของรัฐบาลเกาหลีที่บังคับใช้อย่างจริงจังและความร่วมมือของบริษัท ผู้ประกอบการ องค์กร และประชาชนในประเทศ รวมถึงการให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมเกาหลีของรัฐบาลที่เป็นผลทำให้วัฒนธรรมเกาหลีนั้นกลายเป็นสินค้าส่งออกที่มีต้นทุนต่ำแต่กลับทำรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล

บรรณานุกรม

กิตติ ประเสริฐสุข.**“Soft Power ของเกาหลีใต้: จุดแข็งและข้อจำกัด”**.บทความวิชาการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 22 (1) : 122-139, 2561

กนกอร อุปนันท์.**“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเกาหลีใต้: กรณีศึกษาภาพยนตร์เกาหลีกับพฤติกรรมผู้บริโภคไทย”**.วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกาหลีศึกษา (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

จรรยาลักษณ์ สิริกุลนฤมิตร.**“องค์ประกอบการสื่อสารและกระแสนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย”**.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

ชงคุมา กมลเวช.**“รูปแบบธุรกิจเชิงวัฒนธรรม”**.ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพานิชย์, 2551.

ชัชาภา อ้อพงค์.**“อิทธิพลของภาษาและวัฒนธรรมเกาหลีในหมู่ผู้ใช้เว็บไซต์ป็อปคอร์นฟอร์ทูดอทคอม”**.การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ภาควิชาภาษาตะวันตก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2555.

ชุติมา ชุณหกาญจน์.**“พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี”**.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550

ชนารัตน์ ยิ้มแฉ่งและ พรทิพย์ เย็นจะบก.**“การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเกาหลีผ่านซีรีย์เกาหลี”**. ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน, (ม.ป.ป)

ฐิติพงษ์ เหลืองอรุณเลิศ.**“มหัศจรรย์เกาหลี: จากเถ้าถ่านสู่มหาอำนาจทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม”**.Openworlds, 2560.

ดุริยางค คมขำ.**“การผลิต การเผยแพร และการบริโภคละครซีรี่สเกาหลีกรณีศึกษา : เรื่องแดจังกึมและเจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา”**.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน วารสารศาสตรและสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร, 2553.

ดำรง ฐานดี. **“เกาหลีใต้ บทบาทของรัฐในการพัฒนาประเทศ”**.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

ดำรง ฐานดี. **“วัฒนธรรมและพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ”**.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2534

ดำรง ฐานดี.**“สังคมและวัฒนธรรมเกาหลี เรื่อง การเมืองเกาหลี”**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.

นพดล อินทร์จันทร์, พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, วิรุณ ตั้งเจริญและ สุรพล วิรุฬห์รักษ์.**“ภาพยนตร์ชุดเกาหลี : กรณีศึกษากระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย”**.วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.132-142, (ม.ป.ป)

ปภังกร ปรีดาชัชวาล, ไฉไล ศักดิวรพงศ์และ สากล สถิตวิทยานันท์.**“การยอมรับและพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย”.**วารสารปัญญาภิวัฒน์. 5 (1) : 17-30, กรกฎาคม – ธันวาคม, 2556.

ผูชวยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุแนนและคณะ.**“สื่อบันเทิงเกาหลีกับคานิยมในวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุนไทย”**.โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยเกริก, 2551.

มุน ฮวีซัง.**“แรงขับเคลื่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลี”**.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560.

หทัยทิพย์ สีสังข์.**“ความคิดเห็นของวัยรุ่นไทยที่มีต่อการถ่ายทอกวัฒนธรรมเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์”**.วิทยานิพนธ์นิเทศศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์สารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2550.

Euny Hong,**“THE BIRTH OF KOREAN COOL”**.Earnest, 2014.

Lisa M. Longeneckerand Jooyoun Lee.**“The Korean Wave in America: Assessing the Status of K-pop and K-drama between Global and Local”**. St. Edward’s University, 2018.

Marissa Trunfio.**“Hallyu and Soft Power: The Impact of the Korean Wave”**. Suffolk University, 2018.

Milim KIM.**“The Role of the Government in Cultural Industry : Some Observations From Korea’s Experience”**. Keio Communication Review No.33, 2011.

TAE YOUNG KIMand DAL YONG JIN.**“Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches”**. Simon Fraser University, 2016.

<u>ข้อมูลจากเว็ปไซต์</u>

กัมปนาท กาญจนาคาร.(2559)**. “คลื่นวัฒนธรรมเกาหลีใต้ในคอนเซ็ปต์ Creative Korea”.** [บทความออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 17 มีนาคม 2562กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก http://www.forbesthailand.com/news-detail.php?did=1411

บัญชา ธนบุญสมบัติ.(2559).**“10แง่มุมน่าทึ่งว่าด้วย คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี”**.[บทความออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก https://www2.mtec.or.th/th/emagazine/admin/upload/300_13.pdf

ผศ.ดร.ปิติ ศรีแสงนาม.(2560).“**บทเรียนจากความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี**”. [บทความออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 17 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.chula.ac.th/cuinside/6930/

พลอย มัลลิกะมาส.(2554). **“ปรากฏการณ์วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ**”. [บทความออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก http://www.tcdc.or.th/articles/others/16363/

สถิดาภรณ์ เอี่ยมธงชัย.(2559). **“วิวัฒนาการกระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) ที่เรียกว่า Hallyu”**. [บทความออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/154036/154036.docx

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์.(2555). **“K-Drama กับกระแสวัฒนธรรมป๊อป**”. [บทความออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก https://prachatai.com/journal/2012/10/43317

Aydan Stuart.(2014). **“Thailand’s K-Pop Obsession”**.accessed March 22,2019, avaliable from https://www.chiangmaicitylife.com/citylife-articles/thailands-k-pop-obsession/

Emma Lee.(2006).**“Korean Wave in Thailand”**.accessed February 4,2019, avaliable from http://aboutthailandliving.com/2010/05/06/korean-wave-thailand/

Richard S. Ehrlich.(2010). **“Why Thai youth are obsessed with South Korean culture”**.accessed March 9,2019, avaliable from http://travel.cnn.com/bangkok/life/tell-me-about-it/richard-ehrlich-why-thai-youth-obsessed-south-korean-culture-798822/

Shim Doobo.(2011). **“Korean Wave in Southeast Asia”**, [Kyoto Review of Southeast Asia Issue 11: Southeast Asian Studies in Korea]. accessed February 15,2019, avaliable from http://kyotoreview.org/issue-11/korean-wave-in-southeast-asia/

The Nation.(2018). **“Korean wave to flood Bangkok”**. accessed March 11,2019, avaliable from http://www.nationmultimedia.com/detail/lifestyle/30351535

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวอาโป เอกอนันต์กูล

ที่อยู่ 1299/185 วชิรธรรมสาธิต 57 แยก 37-3 สุขุมวิท 101/1 บางจาก พระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260

วัดเกิด วันอาทิตย์ที่ 26 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2538

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2561 กำลังศึกษาในระดับปริญญาอักษรศาตร์บัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

พ.ศ.2558 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนโยธินบูรณะ