

# อิ

## อิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศไทย: กรณีศึกษาประเทศ สปป.ลาว

พรทิพย์ เย็นจะบก<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศภูมิภาคอาเซียน ศึกษาเฉพาะกรณีประเทศ สปป.ลาว การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่ถูกครอบงำโดยการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมจากภายนอก เปรียบเทียบอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศ สปป.ลาว โดยวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อเคเบิลทีวีที่มีการออกอากาศจริงในประเทศไทยและ สปป.ลาว และสื่อใหม่ ได้แก่ YouTube, Face book และ Twitter สัมภาษณ์เชิงลึกในประเทศ สปป.ลาว 25 คน และใช้วิธีการสังเกตในการเก็บข้อมูลประกอบและจัดทำ Focus Group Discussions อีก 34 คน ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนไทยกับประชาชนลาว (สปป.ลาว) มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในแง่ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนลาวนั้นผูกพันกับศาสนา ทำให้คนลาวยังคงยึดมั่นในขนบธรรมเนียมอย่างเคร่งครัด ในส่วนของการครอบงำทางวัฒนธรรมนั้น คนลาวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ไทยมากกว่าสื่อโทรทัศน์ลาวทำให้อิทธิพลจากสื่อไทยส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนลาว โดยประเทศไทยได้รับการครอบงำของวัฒนธรรมเกาหลีและมีโอกาสที่วัฒนธรรมไทยบางอย่างจะสูญสลายไปได้ ส่วนประเทศลาวนั้นรับอิทธิพลวัฒนธรรมเกาหลีเพียงแคบางส่วน เนื่องจากยังคงวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับที่มาก เนื่องจากการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลี ส่วนประเทศลาวมีการเปลี่ยนแปลงในระดับที่มองเห็นเพียงในกลุ่มวัยรุ่น เพราะรับพฤติกรรมการเล่นแบบวัฒนธรรมเกาหลีเพียงบางส่วนที่รับผ่านสื่อไทย

**คำสำคัญ:** การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การครอบงำทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมอาเซียน

<sup>1</sup> ภาควิชานิติศาสตร์และสารานุกรมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: p\_yenjabok@hotmail.com

T

# The Effect of Cross-Cultural Communication on ASEAN Cultural Hegemony: A Case Study of Lao People's Democratic Republic

Porntip Yenjabok<sup>1</sup>

## Abstract

This research is designed to study the effect of cross-culture communication on ASEAN cultural hegemony, cultural changes in ASEAN countries dominated by cross-culture communication from outside ASEAN, the influence of cross-culture communication to ASEAN cultural hegemony, and factors conducive to ASEAN cultural hegemony. The content analysis of television and Cable TV has aired in Thailand and Lao PDR. New media such as YouTube, Face book and Twitter in-depth interviews with 25 peoples including observation, and focus group discussions with another group of 34 people in the Lao PDR were conducted. The study found that Thai and Lao citizens share the same attributes in terms of population features and media exposure behaviors. Particularly, Laos binds up with religion and incorporates the belief from Theravada Buddhism into his culture and way of living. As a result, Laos has strictly stood for its good customs. Obviously, most of Laos prefer to expose Thai television programs rather than Laos programs. Thai media and capitalism had a substantial impact on Laos' people way of living. Simultaneously, Thais face the effect of cross-cultural communication clearly and it has some impacts on Thai people. The influence of South Korean cultural merchandises affects the way of living in Thai society. With regards to Korean cultural domination, Thai culture have a risk of losing. However, Laos partially receives Korean culture since Laos still maintains its original culture. The high level of behavioral change in Thailand is due to frequent Korean media exposure. On the other hand, there are a few changes for Laos teenagers because of partial Korean cultural intimation through Thai media.

**Keywords:** Cross-Cultural Communication, Cultural Hegemony, ASEAN Culture

<sup>1</sup> Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University  
E-mail: p\_yenjabok@hotmail.com

## บทนำ

ยุคสังคมความรู้ทำให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยี การสื่อสารที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือยูทูบ (Youtube) เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิธีการส่งออกวัฒนธรรมให้แพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว (Korean Culture and Information Service, 2011) ทำให้เกิดกระแสทุนนิยมข้ามชาติ ไม่ว่าจะเป็นกระแส “การทำให้เป็นอเมริกา (Americanization)” เมื่อสิบกว่าปีก่อน หรือกระแสวัฒนธรรมเอเชียตะวันออก เช่น ประเทศจีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น และล่าสุด คือ ประเทศเกาหลีใต้ ที่ใช้ระบบทุนนิยมเสรีเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนให้เกิดการหลั่งไหลของสินค้าและวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่งผ่านสื่อต่าง ๆ ในรูปแบบของสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น เพลง ละคร ภาพยนตร์ เกม การ์ตูน การแต่งกาย อาหาร เครื่องสำอาง หรือสินค้าไอที เป็นต้น (สุภัทธา สุขชู, 2549: 60-61) ส่งผลให้สังคมของแต่ละชนชาติทั่วโลก รวมถึงสังคมของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนได้รับผลประโยชน์และผลกระทบจากการรับเอาวัฒนธรรมเหล่านั้นมาด้วยเช่นกัน การสูญเสียอัตลักษณ์ความภูมิใจในวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้วัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ มีการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยนและผสมผสานกันผ่านสื่อเทคโนโลยีแต่ละประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อกระแสหลัก ได้แก่ ฟรีทีวี (Free TV) เคเบิลทีวี สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อสังคมออนไลน์ (กรมอาเซียน, 2554: 25) ส่งผลให้วัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เช่น อเมริกัน จีน ญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ เป็นต้น เกิดการไหลบ่าเข้ามาสู่ประชาชนในภูมิภาคอาเซียนได้โดยง่ายและรวดเร็ว

ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการแต่งกาย การบริโภค หรือวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับเอาวัฒนธรรมเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ง่ายในกลุ่มเยาวชนเด็กรุ่นใหม่ที่เรียกว่า เจเนอเรชั่นแซด (Generation Z) ซึ่งเป็นกลุ่มที่นิยมเปิดรับสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก และมีความสุขจากการบริโภควัตถุนิยมต่าง ๆ (อาทิตย์ เลิศศรีขันธ์กุล, 2554: 395) ดังนั้น กลุ่มเยาวชนเด็กรุ่นใหม่เหล่านี้จึงอาจเปิดรับ เรียนรู้ และอาจถูกสังคมปลูกฝังด้วยกระบวนการผลิตซ้ำหรือตอกย้ำวัฒนธรรมข้ามชาติผ่านกระบวนการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์และส่งผลในแง่บวก หรืออาจเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอันเกิดจากการถูกครอบงำ จนนำไปสู่การสูญสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิมและกลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่ไม่พึงประสงค์ จึงเป็นที่มาของการศึกษาเพื่อหาคำตอบถึงอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมว่ามีผลต่อการครอบงำและการสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศอาเซียนอย่างประเทศลาวอย่างไร ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนและการใช้สื่อเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมของประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศภูมิภาคอาเซียน ศึกษาเฉพาะกรณีประเทศ สปป.ลาว

2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของประเทศสปป.ลาว ที่ถูกครอบงำโดยการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมจากภายนอก

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศสปป.ลาว

4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการครอบงำและสูญสลายของวัฒนธรรมในประเทศ สปป.ลาว

## ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาประเทศภูมิภาคอาเซียน เฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) และประเทศไทยเท่านั้น

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการรับวัฒนธรรมจากสังคมอื่นอธิบายไว้ว่า รูปแบบการรับวัฒนธรรมตั้งแต่อดีต สังคมไทยได้รับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา ซึ่งมีทั้งการรับแบบรับทั้งหมดโดยไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการรับแล้วปรับให้เป็นแบบท้องถิ่น และการเลือกรับเฉพาะองค์ประกอบบางส่วนจากวัฒนธรรมต้นฉบับ เช่น คนไทยรับวัฒนธรรมนาฬิกาจากตะวันตก แต่ไม่รับวัฒนธรรมการตรงต่อเวลามาด้วย หรือรับศาสนาพราหมณ์เข้ามาในเรื่องการทำพิธีกรรม แต่ไม่รับระบบวรรณะเข้ามาด้วย เช่นเดียวกับการที่รับเทคโนโลยีตะวันตก แต่ไม่รับวิถีชีวิตต่อเทคโนโลยีของตะวันตกเข้ามาด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2544: 200-202)

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Communication) เป็นการศึกษาที่เปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรม 2 วัฒนธรรมขึ้นไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง

ที่เกิดขึ้นในสังคมจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจพลังของ “สื่อ” ข้ามวัฒนธรรมให้มากขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องทำความเข้าใจการเปลี่ยนตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลในแต่ละสังคม ที่ทำให้เกิดการเลือกสรร/ให้ความหมายใหม่แก่ “สาร” ในสื่อแตกต่างกันไป เพราะการสื่อสารไม่ใช่การ “เลียนแบบ” หรือ “เอาอย่าง” กันอย่างตรงไปตรงมา หากแต่จะมีกระบวนการเลือกสรร/ให้ความหมายใหม่แก่สารทางวัฒนธรรมนั้น ๆ (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2554)

แนวคิดวัฒนธรรมข้ามชาติกล่าวถึงกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากชาติหนึ่งไปสู่อีกชาติหนึ่ง อันเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วทั่วโลก ซึ่งถ้าหากว่าชาติใดไม่สามารถรับมือกับกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติได้ ก็จะมีผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการสูญสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาตินั้น จนเกิดสภาวะการณ์ที่เรียกว่า “วิกฤติทางวัฒนธรรม” (เจษฎา ไชยพงษ์, 2552: 29-31)

ศรัณย์ สิงห์ทน (2552: 201-203) ศึกษาเรื่อง “การเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่นไทยจากวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้” พบว่า วัยรุ่นไทยมีกระบวนการให้ความสนใจต่อวัฒนธรรมเพลงเกาหลีด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจ ยอมทุ่มเทเวลา แรงกาย และแรงใจในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับความบันเทิงของประเทศเกาหลีใต้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่นไทยจากวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้มี 2 ปัจจัยสำคัญ คือ ประสิทธิภาพของศิลปินนักร้อง เพลง มีลัทธิวิดิโอ โดยเริ่มต้นความสนใจและชื่นชอบในครั้งแรกสำหรับความบันเทิงต่าง ๆ โดยเฉพาะวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้ ส่วนปัจจัย

ด้านประสิทธิภาพของการผลิตเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทุกคนตระหนักเหมือนกันว่า ศิลปินทุกคนมีการเตรียมตัวและการฝึกซ้อมมาอย่างโชกโชนก่อนแสดงออกสู่สายตาประชาชน นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ที่ลงตัวและแปลกใหม่ เช่น บุคลิกภาพ เสื้อผ้า ใบหน้า ทรงผมของศิลปิน ทำให้วัยรุ่นภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนี้ พวกเขามีความโน้มเอียงไปยังความเป็นเกาหลี (Koreanism) และมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศเกาหลีใต้

## วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

**1) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ (Content Analysis)** จากสื่อโทรทัศน์ และสื่อเคเบิลทีวี ที่มีการออกอากาศจริงในประเทศไทย และ สปป.ลาว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีผลกระทบต่อไทยมากที่สุด คือ รายการจากประเทศเกาหลีใต้ จึงจะสุ่มเลือกบางรายการที่พิจารณาแล้วเห็นว่า มีเนื้อหาทางการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมอย่างเด่นชัด ซีรีส์เกาหลีที่มีการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่เลือกมาศึกษา คือ Sungkyunkwan scandal (บัณฑิตหน้าใส หัวใจว้าวุ่น) และ Feast of the gods (อารีรัง ตำรับรักไม่รู้ลืม) และสื่อใหม่ (สื่อออนไลน์) ได้แก่ YouTube, Face book และ Twitter ของประเทศกลุ่มตัวอย่าง ไทย และ สปป.ลาว

**2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)** และจัดทำ Focus Group Discussions กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ เพื่อศึกษาหาคำตอบด้านอิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการครอบงำและการสูญสลายทางวัฒนธรรมของประเทศในอาเซียน คือ สปป.ลาว การสัมภาษณ์

เชิงลึกในประเทศสปป.ลาวนั้นมีข้อจำกัดทางด้านกฎหมายที่ห้ามคนนอกประเทศทำการวิจัย นอกจากนี้ได้รับอนุญาตจากสถานทูต สปป.ลาวแล้วเท่านั้น ทำให้มีจำนวนคนในการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเทศสปป.ลาว 25 คน และใช้การสังเกตในการเก็บข้อมูลประกอบ ส่วนการเก็บข้อมูลในการจัดทำ Focus Group Discussions เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการครอบงำและการสูญสลายทางวัฒนธรรมของประเทศในอาเซียน (เก็บข้อมูลในประเทศไทย) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่เรียนวิชา การรู้เท่าทันสื่อ ในภาคต้นปีการศึกษา 2557 ที่มีความเข้าใจเรื่องผลกระทบของสื่อด้านการส่งออกวัฒนธรรมเป็นอย่างดี จำนวน 18 คน และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีในช่วงระยะเวลา 2-10 ปี ซึ่งนอกเหนือจากกลุ่มนิสิตเพิ่มเติมอีก 16 คน

## ลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ไทยกับลาวมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในแง่ของลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เพราะพื้นที่ที่เก็บข้อมูลเป็นเมืองหลวงที่มีการเปิดรับสื่อได้ง่ายกว่าพื้นที่อื่น จึงพบว่า ประชากรในเขตเมืองหลวงทั้งเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา หรือวัยทำงาน มีฐานะปานกลาง การศึกษาปานกลาง มักนิยมเปิดรับสื่อผ่านโทรทัศน์เป็นหลัก นอกเหนือจากนั้นเปิดรับผ่านสื่อ Social Media ต่าง ๆ อาทิ Facebook, Twitter, Line, Instagram, Whatsapp, Wechat รายการที่เปิดรับชมส่วนใหญ่เป็นรายการต่าง ๆ จากไทย โดยเฉพาะละครไทย วาไรตี้เกมโชว์ และรายการสาระต่าง ๆ ส่งผลให้คนลาวรับรู้ความเคลื่อนไหวของประเทศไทยอยู่เสมอ โดยเฉพาะกลุ่ม

วัยรุ่น ที่นิยมเปิดรับสื่อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าคอมพิวเตอร์ แต่ก็ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่ากับคนไทยในเมืองหลวง ในส่วนของการเปิดรับสื่อเกาหลีนั้น จะเห็นได้ว่า วัยรุ่นไทยเปิดรับสื่อเกาหลีค่อนข้างมากกว่าวัยรุ่นลาว เพราะสังคมไทยค่อนข้างอิสระกว่า และสังคมลาวยังคงเคร่งครัดในขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีอยู่มาก จึงทำให้ความเป็นเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ต่าง ๆ ทั้งทางด้านอาหาร ความสวยความงาม จึงมีในลาวไม่มากนัก ส่วนพวกแฟชั่นการแต่งกาย หน้า ผม ทั้งไทยและลาวต่างก็รับไปเช่นกัน แต่ลาวก็ยังไม่นิยมมากเท่ากับในไทย เนื่องด้วยความอนุรักษ์นิยมที่ยังคงมีอยู่ค่อนข้างมาก

## การครอบงำและการสูญสลายทางวัฒนธรรม

1) ด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนลาวผูกพันกับศาสนา และได้รับอิทธิพลจากศาสนาพุทธนิกายเถรวาท ทำให้คนลาวยังคงยึดมั่นในขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีที่ดีงาม

อยู่อย่างเคร่งครัด ยึดมั่นในศีลในธรรม ไม่เห็นด้วยกับการประพาดพิดศีลธรรม เช่น การอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงาน การมีภรรยาบ่อย เป็นต้น อีกทั้งยังทำให้คนลาวมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย สงบ เป็นธรรมชาติด้วย แต่ในปัจจุบันลาวได้มีการเปลี่ยนแปลงไป คนลาวนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น หลังเลิกงานก็นิยมไปพักผ่อนยามเย็นหรือเที่ยวกลางคืนมากขึ้น เป็นผลทำให้ธุรกิจยามค่ำคีน พวกผับบาร์ มีนักลงทุนชาวต่างชาติมาเปิดกิจการกันมากขึ้น (ภาพที่ 1) นอกจากนี้ เมื่อประเทศเริ่มพัฒนา ความสะดวกสบายมีมากขึ้น คนลาวที่มีฐานะดีก็เริ่มซื้อรถยนต์กันมากขึ้น ส่งผลให้การจราจรในนครหลวงเวียงจันทน์ทุกวันนี้นี้เริ่มติดขัด ไม่ต่างจากในกรุงเทพมหานคร ส่วนคนไทยมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับธรรมชาติ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยอันเป็นสังคมเกษตรกรรมนั้นมีลักษณะเด่น คือ เป็นสังคมแห่งการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจ แบ่งปัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โอ้อ้อมออารี และการเป็นคนอารมณ์ดี ใจเย็น ร่าเริงสดใส



ภาพที่ 1 วิถีชีวิตยามเย็นของคนลาว



## 2) ด้านแบบแผนการดำเนินชีวิตในครอบครัว

ประเทศลาวยังคงความเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ อีกทั้งสังคมลาวยังเป็นสังคมที่ผู้ชายเป็นใหญ่ และยังให้สิทธิผู้ชายมากกว่าผู้หญิง กล่าวคือ คนลาวจะอยู่ร่วมกันหลาย ๆ รุ่น เป็นครอบครัวแบบขยาย จึงทำให้ครอบครัวมีความใกล้ชิดกัน เพราะผู้ใหญ่จะคอยอบรมสั่งสอน และเอาใจใส่ลูกหลานอย่างใกล้ชิด และส่วนใหญ่ผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัว ดังที่เป็นหลักของสังคมแต่ไหนแต่ไรมา ส่วนครอบครัวไทยแต่เดิมมีลักษณะเป็นครอบครัวขยาย แต่ในปัจจุบันมีลักษณะที่เปลี่ยนไป กลายเป็นครอบครัวเดี่ยวที่มีขนาดเล็กลง ครอบครัวคนไทยส่วนใหญ่ยังมีผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัว ทุกคนในครอบครัวต่างก็มีแบบแผนการดำเนินชีวิตเป็นของตนเองมากขึ้น

3) ด้านอาหารการกิน ลาวมีวัฒนธรรมในการบริโภคอาหารที่หลากหลาย และยังคงรักษาเอกลักษณ์ได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ มีความเรียบง่าย นิยมรับประทานอาหารที่ย่อยง่าย เป็นต้นว่า ปลา โดยมีเครื่องเคียงเป็นพวกพืชผักต่าง ๆ และน้ำจิ้ม ซึ่งลาวนิยมรับประทานกับเครื่องปรุงรสประเภทซอสพริก

และกะปิ ลาวได้รับอิทธิพลจากอาหารต่างชาติค่อนข้างมาก ที่เห็นได้ชัดคือ อาหารเวียดนาม และอาหารฝรั่งเศส กล่าวคือ อาหารเวียดนาม เช่น “เฟอ” “ไซข้าว” เป็นต้น อาหารฝรั่งเศส เช่น ขนมปังฝรั่งเศส ที่นำมาปรับให้มีลักษณะคล้ายกับแซนด์วิช อาหารจีน เช่น ต้มยำ เป็นต้น (ภาพที่ 2) ทั้งนี้ การขยายตัวทางเศรษฐกิจและการลงทุน ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตการบริโภค และการเข้ามาลงทุนของร้านอาหารต่างชาติที่เข้ามาเปิดกิจการในประเทศลาว เช่น ร้าน Dairy Queen ร้านก๊วยเตี๋ยวเย็นตาโฟมัลลิกา และยังมีร้านอาหารญี่ปุ่น เกาหลี มาเปิดกิจการมากมาย ส่วนอาหารการกินของประเทศไทยนั้น ในสมัยโบราณครอบครัวไทยจะนิยมนั่งรับประทานอาหารกับพื้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 แห่งราชวงศ์จักรี การนั่งรับประทานอาหารกับพื้นได้ยกเลิกไป และเปลี่ยนมาเป็นการนั่งรับประทานอาหารกับโต๊ะแทนโดยใช้ช้อนส้อม อาหารไทยมีความหลากหลาย และมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ในระยะหลังคนไทยนิยมหันมารับประทานอาหารเกาหลีกันมากขึ้น



ภาพที่ 2 ต้มยำที่รับมาจากจีน แล้วมีการดัดแปลงให้เข้ากับลาว

**4) ด้านการแต่งกาย** ผู้ชายลาวจะแต่งกายค่อนข้างทันสมัย ส่วนผู้หญิงลาวจะแต่งกายแบบดั้งเดิมอยู่ (ภาพที่ 3) กล่าวคือ ผู้หญิงลาวยังมีการนุ่งผ้าซิ่น โดยสวมใส่คู่กับเสื้อเชิ้ตสีขาว (วัยเรียน) หรือคู่กับเครื่องแบบทำงาน (วัยทำงาน) ฯลฯ ขณะที่การแต่งกายในช่วงกลางคืนหลังเลิกงานนั้น วัยรุ่นจะเน้นแต่งกายตามแฟชั่นหรือสวมใส่ชุดที่ค่อนข้างโป้การแต่งหน้า ทรงแผ่น และเสื้อผ้าล้วนตามแต่ความนิยมของแฟชั่นในไทยและเกาหลี โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า เครื่องแต่งกายที่ดารานักแสดงสวมใส่ใช้ว่าเราใส่แล้วจะสวยและดูดีเหมือนกับดารานักแสดง

แสดงให้เห็นว่า คนกลุ่มนี้มีการพิจารณาไตร่ตรองการแต่งกายเลียนแบบดารานักแสดงอยู่ระดับหนึ่งแล้ว ส่วนชุดประจำชาติไทยอย่างเป็นทางการ เรียกว่า “ชุดไทยพระราชนิยม” ปัจจุบันการแต่งกายของคนไทยไม่ได้แต่งกายชุดประจำชาติไทยอย่างเป็นทางการอีกต่อไป ยกเว้นในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ในระยะหลังมานี้ วัยรุ่นไทยนิยมแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นเกาหลีที่ได้รับรู้มาผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ของเกาหลีได้ รวมไปถึงการแต่งหน้า ทำผม การหาซื้อเครื่องสำอางตามแบบอย่างเกาหลี อีกทั้งที่มากกว่านั้น คือ การนิยมไปทำศัลยกรรม



ภาพที่ 3 การแต่งกายของสาวเชียร์เบียร์ในประเทศลาว

**5) ด้านการใช้สื่อ** คนลาวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ไทยมากกว่าสื่อโทรทัศน์ลาว โดยเฉพาะละครไทยจากประเทศไทยที่สร้างความนิยมในหมู่คนลาวได้เป็นอย่างมาก ซึ่งสื่อไทยได้เข้ามามีบทบาทต่อประชาชนลาวอย่างมาก เนื่องจากการรับชมละครไทยจากช่องฟรีทีวี หรือการรับชมรายการต่าง ๆ ของประเทศไทย (ภาพที่ 4) วัยรุ่นลาวนิยมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้ผ่านคอมพิวเตอร์ เนื่องจากคอมพิวเตอร์ราคาแพง และ Social Media

ที่คนลาวนิยมใช้คือ Facebook, Twitter, Line, Instagram, Whatsapp และ Wechat ในส่วนของ WiFi ในประเทศลาวนั้น ก็ยังไม่มีการวางขวางนัก แม้แต่ในมหาวิทยาลัย ผู้ที่จะใช้ได้ก็มักเป็นอาจารย์ แต่หากจะใช้ก็ต้องเสียค่าใช้จ่าย อิทธิพลจากสื่อไทยและการแพร่เข้ามาของทุนนิยมในลาวส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนลาวเป็นอย่างมาก กล่าวคือ มีแฟรนไชส์ต่าง ๆ เข้ามาเปิดในลาวมากมาย อาทิ The pizza company, Swenzen,



Black Canyon ซึ่งส่วนใหญ่รับมาจากไทย (ภาพที่ 5) นอกจากนี้ ยังมีพวกรัฐกิจที่เกี่ยวกับความสวยความงาม ทั้งที่รับมาจากไทย ตะวันตก และโดยเฉพาะเกาหลีด้วย เฉากเช่นเดียวกับประเทศไทยที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบันเทิงเกาหลีได้ ผ่าน Social Media ค่อนข้างมาก แต่ในช่วงแรกมักเป็นการเปิดรับผ่านสื่อโทรทัศน์ คนไทยได้รับอิทธิพลจากเกาหลีใน

ด้านต่าง ๆ คือ ด้านอาหาร ด้านการแต่งกาย ด้านการใช้สื่อ ด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และด้านภาษา อิทธิพลของสื่อเกาหลีได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านค่านิยมเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านการซื้อสินค้าของประเทศเกาหลีได้



ภาพที่ 4 คนลาวนิยมดูรายการโทรทัศน์ของไทย



ภาพที่ 5 ธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารในลาว

## อิทธิพลทางสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีใต้ผ่านสื่อที่ส่งผลกระทบต่อไทยและส่งผ่านไปสู่อลาว

อิทธิพลทางสินค้าวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมไทย และส่งผ่านไปยังประเทศลาวผ่านสื่อของประเทศไทย ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิม จนสามารถยอมรับวัฒนธรรมนั้น ๆ มาเป็นของตนได้ ซึ่งในส่วนนี้ประเทศไทยก็ได้รับ

วัฒนธรรมจนเกิดการครอบงำของวัฒนธรรมเกาหลี และมีโอกาสที่วัฒนธรรมไทยจะสูญสลายไปได้ ส่วนประเทศลาวนั้นรับอิทธิพลวัฒนธรรมเกาหลีเพียงแค่บางส่วน เนื่องจากยังคงวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้อยู่ โดยวัฒนธรรมเกาหลีที่แผ่มากับสื่อ่นั้นเป็นวัฒนธรรมที่เข้าถึงได้ง่าย อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีที่มีการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านสื่อ่นั้น สามารถส่งผลกระทบต่อทัศนคติทั้งเชิงบวกและเชิงลบของผู้รับสารได้ โดยขึ้นอยู่กับระยะเวลาของการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีที่แผ่วัฒนธรรมต่าง ๆ เอาไว้ (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 กิจการของเกาหลีที่มาเปิดในสปป.ลาว

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ในประเทศไทยและประเทศลาวนั้น โดยส่วนใหญ่ คือ ซีรีส์ ภาพยนตร์ ศิลปิน ดารา/นักร้อง เพลง ฯลฯ วัฒนธรรมเหล่านี้ต่างก็ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตทั้งระยะสั้นและระยะยาว ไม่เพียงแต่การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลดีต่อผู้เปิดรับสื่อ ที่นำการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตเท่านั้น แต่การเปิดรับวัฒนธรรมที่มีการสื่อสารผ่านสื่อ ก็อาจเป็นการสื่อสารทางวัฒนธรรมที่จะ

ส่งผลกระทบในระยะยาวด้านการครอบงำวัฒนธรรมดั้งเดิม จนส่งผลให้วัฒนธรรมที่มีอยู่เริ่มสูญสลายไปได้ ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับที่มาก เนื่องจากการเปิดรับสื่อบันเทิงเกาหลีบ่อยครั้ง ส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมเลียนแบบวัฒนธรรมต่าง ๆ ของประเทศเกาหลีได้ ส่วนประเทศลาวมีการเปลี่ยนแปลงในระดับที่มองเห็นเพียงในกลุ่มวัยรุ่น เพราะรับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อไทย แต่ก็ยังดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมดั้งเดิมของตัวเองอยู่มาก

## การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเปิดรับชมซีรีส์เกาหลีผ่านสื่อของไทยและลาว

จากซีรีส์เรื่อง **Sungkyunkwan scandal** (บันทึกหน้าใส หัวใจวัยรุ่น) ด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ จะเห็นว่า มีการนำเสนอให้เห็นการให้ความสำคัญกับการศึกษา และความมั่นคงของประเทศ โดยที่ลาวก็มีแนวคิดที่ว่า จะเร่งพัฒนาระบบการศึกษาเป็นอันดับแรก หากคนในประเทศมีการศึกษาสูง ๆ ที่ดีประเทศก็ย่อมที่จะดีขึ้นได้ไม่ยาก ในด้านแบบแผนการดำเนินชีวิตในครอบครัว จะเห็นว่า มีการนำเสนอให้เห็นการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวที่อบอุ่น มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน พ่อแม่เป็นต้นแบบและคอยอบรมสั่งสอนอยู่เสมอ ๆ โดยที่ประเทศลาวก็มีลักษณะเช่นนี้ นอกจากนี้ เกาหลียังค่อนข้างเคร่งครัดกับขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี โดยที่ประเทศลาวก็มีความเคร่งครัดในขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีเช่นกัน

จากซีรีส์เกาหลีเรื่อง **Feast of the gods** (อารีรัง ตำรับรักไม่รู้ลืม) ด้านอาหารการกิน จะเห็นว่า มีการนำเสนอให้เห็นอาหารเกาหลีในหลาย ๆ รูปแบบ ซึ่งทั้งลาวและไทยต่างก็ได้รับอิทธิพลจากอาหารเกาหลีทั้งแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ เพราะจะเห็นได้ว่า เด็กรุ่นใหม่นิยมทางอาหารเกาหลีกันมากขึ้น ร้านอาหารเกาหลีก็มาเปิดกิจการกันมากขึ้น ทั้งในไทยและลาว ในด้านการแต่งกาย ทั้งลาวและไทยต่างก็ได้รับอิทธิพลจากการแต่งกายของเกาหลีทั้งสิ้น โดยเฉพาะการแต่งกายแบบสมัยใหม่ คือ เสื้อสูทกับชุดลำลอง ที่สวมใส่ไปทำงานได้ ดูเรียบร้อยสุภาพ แต่ก็เหมาะกับอากาศของทั้งไทยและลาวที่ไม่เย็นจนเกินไปและไม่ร้อนเกินไป นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการแต่งหน้า ทรงผม หรือแม้แต่เครื่องสำอางเกาหลีด้วย ดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่

รับวัฒนธรรมแบบนี้ไปปรับใช้กับตัวเอง หรือแม้กระทั่งการที่เห็นกิจการของเกาหลีเกี่ยวกับความสวยงามมาเปิดกิจการทั้งในลาวและไทย ส่วนด้านการใช้สื่อ ทั้งไทยและลาวนั้นต่างก็ได้รับอิทธิพลจากการนำเสนอเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพราะส่วนใหญ่เกาหลีขึ้นชื่อเรื่องของเทคโนโลยี เมื่อได้เปิดรับชมก็อาจทำให้เห็นได้ว่า โทรศัพท์มือถือของเกาหลีมีรูปลักษณ์และเทคโนโลยีที่น่าสนใจ น่าซื้อหามาใช้เช่นกัน ประกอบกับภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีที่น่าดึงดูด จึงช่วยเสริมให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้นด้วย

## อภิปรายผลการวิจัย

การเปิดรับวัฒนธรรมใหม่ ๆ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม โดยคนลาวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ไทยมากกว่าสื่อโทรทัศน์ลาว ซึ่งอิทธิพลจากสื่อไทยและการแพร่เข้ามาของทุนนิยมในลาวส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนลาว ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนลาวมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น หลังเลิกงานก็นิยมไปพักผ่อนยามเย็นหรือเที่ยวกลางคืน ในด้านการแต่งกาย หากเป็นเวลาที่นอกเหนือจากเวลาเรียนหรือทำงานแล้ว จะเปลี่ยนการแต่งกายตามแบบแฟชั่น ซึ่งสอดคล้องกับเจษฎา ไชยพงษ์ (2552: 29-31) ที่กล่าวว่า กระแสวัฒนธรรมข้ามชาติก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากชาติหนึ่งไปสู่อีกชาติหนึ่ง อันเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วทั่วโลก ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2544: 200-202) ซึ่งกล่าวว่า รูปแบบการรับวัฒนธรรมตั้งแต่อดีตสังคมไทยได้รับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา ซึ่งมีการรับแบบรับทั้งหมดโดยไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง การรับแล้วปรับให้เป็นแบบท้องถิ่น และ

การเลือกรับเฉพาะองค์ประกอบบางส่วนจากวัฒนธรรมต้นฉบับ เช่นเดียวกับการที่รับเทคโนโลยีตะวันตก แต่ไม่รับวิธีคิดต่อเทคโนโลยีของตะวันตกเข้ามาด้วย

ส่วนประเทศไทยได้รับผลกระทบของการครอบงำทางวัฒนธรรมอย่างเด่นชัด และมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยการรับอิทธิพลมาจากเกาหลีได้ทำให้คนไทยนิยมหันมารับประทานอาหารเกาหลี ไปท่องเที่ยวเกาหลี แต่งกายเลียนแบบแฟชั่นเกาหลี รวมไปถึงการแต่งหน้า ทำผม การหาซื้อเครื่องสำอางตามแบบอย่างเกาหลี อีกทั้งที่มากกว่านั้น คือ การนิยมไปทำศัลยกรรมเพิ่มมากขึ้น อิทธิพลทางสินค้าวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีได้ส่งผลกระทบกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมไทย และส่งผ่านไปยังประเทศลาวโดยการผ่านสื่อของประเทศไทย ซึ่งในส่วนนี้ประเทศไทยก็ได้รับวัฒนธรรมจนเกิดการครอบงำของวัฒนธรรมเกาหลี และมีโอกาสที่วัฒนธรรมไทยจะสูญสลายไปได้ ส่วนประเทศลาวนั้นรับอิทธิพลวัฒนธรรมเกาหลีเพียงแค่บางส่วน เนื่องจากยังคงวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้อยู่ โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยและประเทศลาวนั้น ส่วนใหญ่ คือ ซีรีย ภาพยนตร์ ศิลปิน ดารา นักร้อง เพลง สอดคล้องกับศรัณย์ สิงห์ทน (2552: 201-203) ที่นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษาเรื่อง “การเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่นไทยจากวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้” ว่า การสร้างความเป็นเกาหลี (Koreanization) จะมุ่งเน้นการใช้รูปแบบความบันเทิงเป็นหลัก เพื่อสร้างวัฒนธรรมของการยอมรับให้เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนในสังคมอื่น จนเกิดความเชื่อมั่นว่า วัฒนธรรมของเกาหลีได้มีคุณค่ามากกว่าวัฒนธรรมกระแสหลักของสังคมนั้น โดยการ

แทรกซึมวัฒนธรรมสมัยใหม่ของเกาหลีได้เข้าสู่วิถีชีวิตของผู้คนนั้นจะเกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว กระบวนการทำงานต่าง ๆ ของการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมข้ามชาตินี้เป็นไปในลักษณะที่เน้นความบันเทิง และความแปลกใหม่ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย โดยผ่าน “ตัวแบบ” จากกระบวนการสร้างศิลปิน นักร้องของประเทศเกาหลีใต้ และสอดคล้องกับบทความวิจัยของกาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (2557: 93) ที่พบว่า ชาวเมียนมามีส่วนใหญ่วางใจและค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางสื่อบุคคล และเห็นว่าวัฒนธรรมไทยที่สร้างการรับรู้ในเชิงการท่องเที่ยวได้ดี คือ อาหารไทย และต้องการจะมาเที่ยวประเทศไทยพร้อม ๆ กับทำกิจกรรมทางการศึกษา อย่างไรก็ตาม แนวคิดของศรัณย์ สิงห์ทน (2552: 201-203) ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพ เสื้อผ้า ใบหน้า ทรงผมของศิลปิน ทำให้วัยรุ่นภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนี้ ชัดแย้งกับคำกล่าวของกลุ่มตัวอย่างที่มองว่า เครื่องแต่งกายที่ดารานักแสดงสวมใส่ใส่ที่เราใส่แล้วจะสวยและดูดีเหมือนกับดารานักแสดง แสดงให้เห็นว่า คนกลุ่มนี้มีการพิจารณาไตร่ตรองการแต่งกายเลียนแบบดารานักแสดงอยู่ระดับหนึ่งแล้ว

## ข้อเสนอแนะ

กระทรวงวัฒนธรรมสามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการใช้การสื่อสารเพื่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรม อันส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ โดยกำหนดแผนการใช้สื่อที่เหมาะสมต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็ง และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทย และใช้สื่อทางวัฒนธรรมนั้นแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนต่อไป การสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมต้องใช้ความร่วมมือกันหลากหลายฝ่าย ไม่เพียงแต่

กระทรวงวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ต้องได้รับการสนับสนุน ที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอีกแน่นอนเมื่อ  
จากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อป้องกัน ประเทศเข้าสู่ประชาคมอาเซียน  
การครอบงำและการสูญสลายของวัฒนธรรมไทย

## บรรณานุกรม

- Chaipong, J. 2009. "Thailand with the Cross-Cultural Society." **Center for Cultural Surveillance** 7, 3: 29-31. (in Thai).
- เจษฎา ไชยพงษ์. 2552. "สังคมไทยกับกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติ." **สารศูนย์แผ่ระวังทางวัฒนธรรม** 7, 3: 29-31.
- Chokriensukchai, K. 2014. "Myanmar's Travel Behavior, Media Exposure and Perception on Thai Cultural Universals." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 34, 4: 92-108. (in Thai).
- กาญจนา โชคเหริญญชชัย. 2557. "พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับสื่อและการรับรู้วัฒนธรรมไทยที่เป็นสากลของชาวเมียนมา." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 34, 4: 92-108.
- Kaewthep, K. 2001. **Science of Media and Cultural Studies**. Bangkok: Edison Press Products. (in Thai).
- กาญจนา แก้วเทพ. 2544. **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- Korean Culture and Information Service. 2011. **Contemporary Korea No.1 The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon**. Sejong: Korean Culture and Information Service.
- Lertrukmongkol, A. 2011. "Entertainment Marketing: Marketing of the Digital Entertainment Business." In C. Virad. (ed.), **iMarketing 10.0 10 Online Marketing Strategies Shake the World**, pp. 390-439. Bangkok: Provision. (in Thai).
- อาทิตย์ เลิศรัชมงคล. 2554. "Entertainment Marketing การทำการตลาดธุรกิจบันเทิงยุคดิจิทัล." ใน วิลาศ ฉ่ำเลิศวัฒน์ (บรรณาธิการ), **iMarketing 10.0 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก**, หน้า 390-439. กรุงเทพมหานคร: โปรวิชั่น.
- Sathayanuruk, A. 2011. **The "Media" across Cultures** [Online]. Available: [http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/attachak/20110819/40\\_5477/The-media-across-cultures.html](http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/attachak/20110819/40_5477/The-media-across-cultures.html) (in Thai).
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. 2554. **การศึกษา "สื่อ" ข้ามวัฒนธรรม** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: [http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/attachak/20110819/40\\_5477/การศึกษาสื่อ-ข้ามวัฒนธรรม.html](http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/attachak/20110819/40_5477/การศึกษาสื่อ-ข้ามวัฒนธรรม.html)



- Sington, S. 2009. "Teen Thailand 's Social Learning Modern Music Culture of South Korea." Doctoral dissertation, Thammasat University. (in Thai).
- ศรัณย์ สิงห์ทน. 2552. "การเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่นไทยจากวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของประเทศเกาหลีใต้." วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Sukshu, S. 2006. "Hallyu: Korean Wave of Prosperity." **Positioning** 21: 60-61. (in Thai).
- สุภัทรา สุขชู. 2549. "Hallyu: คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี." **Positioning** 21: 60-61.
- Thailand. Department of Asean Affairs. 2011. **ASEAN Highlights 2011: 7 Social Phenomena Network ASEAN**. Bangkok: Page Maker. (in Thai).
- กรมอาเซียน. 2554. **ASEAN Highlights 2011: 7 ปรากฏการณ์ Social Network อาเซียน**. กรุงเทพมหานคร: เพจเมคเกอร์.