

ซอฟต์แวร์ชาวไทยในปรากฏการณ์ “โจฟู”

Thai soft power in the phenomenon of "Jai Fu"

วันที่รับบทความ: 29 เม.ย. 67

วันที่แก้ไขบทความ:

ครั้งที่ 1 : 2 มี.ค. 68

วันที่ตอบรับ: 8 เม.ย. 68

วาลี ปรีชาปัญญากุล*

Walee Preechapanyakul

บทคัดย่อ

ปรากฏการณ์ที่เป็นที่กล่าวขานถึงการเติบโตแบบก้าวกระโดดในวงการยูทูบเบอร์ของช่อง **컬เรน** Cullen HateBerry ซึ่งเติบโตมากขึ้นถึง 1000% ในช่วงเวลา 6 เดือน ทำให้ผู้เขียนสนใจที่จะวิเคราะห์ถึงปรากฏการณ์ดังกล่าว นอกเหนือจากการเติบโตนั้นเกิดขึ้นเพราะหน้าตา บุคลิกและความน่ารักของยูทูบเบอร์ประจำช่อง ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าจะมีเหตุและปัจจัยอื่นที่ทำให้มีจำนวนผู้ติดตามมากขึ้นแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในรายการใด เพราะเป็นการเติบโตแบบรวดเร็วและกว้างขวาง เพียงแค่ปัจจัยภายนอกด้านหน้าตาและบุคลิกนิสัยอาจไม่เพียงพอที่จะอธิบายปรากฏการณ์นั้นได้ ผู้เขียนจึงสนใจที่จะนำแนวคิดเรื่องซอฟต์แวร์และวัฒนธรรมไทยมาใช้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ดังกล่าว เนื่องจากเห็นว่าความนิยมชมชอบและความชื่นชมของคนไทยที่มีต่อคัลเลนและฟัจอง เจ้าของช่องยูทูบนั้น แท้จริงแล้วก็คือการนิยมชมชอบในวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ความเป็นคนไทยที่ขาดหายไปนาน เพียงแต่วัฒนธรรมหรือความเป็นไทยนั้นมาปรากฏอยู่ในคลิปรายการ **컬เรน** Cullen HateBerry จึงทำให้คนไทยใช้เวลาไม่นานที่จะชื่นชอบ

* ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

* Doctor of Philosophy in Mass Communication, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. Currently Assistant Professor at Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University.

ชื่นชมและเปิดใจให้ยูทูปเบอร์ทั้งสองคนและกลายเป็นแฟนคลับของช่อง โดยที่แทบไม่รู้ตัวว่าจริง ๆ แล้วที่ตนเองชื่นชมอยู่นั้นคือความเป็นไทยในคนเกาหลีไม่ใช่ชื่นชอบหนุ่มเกาหลี

คำสำคัญ: ซอฟต์พาวเวอร์ วัฒนธรรมไทย ปรากฏการณ์ใจฟู

Abstract

The phenomenon of rapid growth in the YouTube sphere of the channel **컬렌** Cullen HateBerry, which grew by up to 1000% in just 6 months, has attracted attention for analysis. Beyond the growth attributed to appearance, personality, and charm of the channel's YouTuber, the author believes there are other causes and factors contributing to this unprecedented surge in followership. External factors such as appearance and personality alone may not adequately explain the phenomenon. The author is interested in employing the concept of soft power and Thai culture to analyze this phenomenon. It's observed that the Thai audience's admiration and appreciation for Calen and Jong, the channel owner, are indeed rooted in their admiration for culture and identity, something that has been lacking for a while. Thai culture or identity is portrayed in clips of the **컬렌** Cullen HateBerry show, leading Thai viewers to quickly develop fondness and become fans of both YouTubers, often without realizing that their admiration is for their Thai identity rather than just their Korean background.

Keywords: Soft Power, Thai Culture, Phenomenon of "Jai Fu"

ปรากฏการณ์ “ใจฟู” ทั้งประเทศ

หากกล่าวถึงยูทูปเบอร์ที่สร้างปรากฏการณ์ดังข้ามปี 2566 ต่อเนื่องมาถึงปี 2567 หลาย ๆ คนคงนึกถึงสองหนุ่ม "คัลเลน" หรือที่มีชื่อจริงว่า พัคกีตึก Park Kideuk และ Jung Kyungtae หรือ

ที่รู้จักกันในนาม "พีจอง" ยูทูปเบอร์เกาหลีแห่งช่อง **컬렌** Cullen HateBerry ที่ทำคลิปการเดินทางท่องเที่ยวตามจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย จนได้รับความนิยมและกลายเป็นขวัญใจของคนไทยทั่วประเทศ พร้อมกับสร้างกระแสผ่านวลีที่ติดปากว่า “ใจฟู” ซึ่งเป็นคำที่ทั้งสองคนใช้เมื่อเดินทางท่องเที่ยวและพบวิวทิวทัศน์ที่สวยงามหรือเรื่องราวดีดี ประทับใจ ก็มักจะพูดคำว่า “ใจฟู” ขึ้นมา และคำนี้เองที่ติดหู ติดปาก และติดใจคนไทยทั้งประเทศและนับว่าเป็นคำที่สร้างกระแสความโด่งดังให้กับคัลเลนและพีจอง

ความโด่งดังของคัลเลนและพีจองส่งผลให้มีการกล่าวถึงและปรากฏภาพของทั้งสองคนในทุกช่องทางโซเชียล โดยที่ทาง Wisersight Research ได้เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 พบว่า มีการพูดถึง คัลเลน จอง และช่อง **컬렌** Cullen HateBerry โดยรวมกว่า 143,548 ข้อความ ได้รับเอ็นเกจเมนต์รวมกว่า 20 ล้านครั้ง มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดเมื่อเทียบช่วงครึ่งปีแรกและครึ่งปีหลัง โดยเอ็นเกจเมนต์เติบโตขึ้นจากช่วงครึ่งปีแรกกว่า 1000% ส่วนวันที่ได้รับเอ็นเกจเมนต์สูงสุด คือวันที่ 15 ธันวาคม 2566 ซึ่งเป็นวันที่ช่อง **컬렌** Cullen HateBerry ได้รับยอดผู้ติดตามทะลุ 1 ล้านคนนั่นเอง ช่องทางที่ได้รับการพูดถึงมากที่สุด ได้แก่ YouTube คิดเป็นร้อยละ 44, X คิดเป็นร้อยละ 41, Facebook คิดเป็นร้อยละ 12, Instagram คิดเป็นร้อยละ 1, และอื่น ๆ ตามลำดับ (SPRING NEWS, 2567)

นอกจากนี้ยังมีคนในวงการบันเทิงไทยที่มีชื่อเสียงจำนวนมากเป็นแฟนคลับของทั้งสองหนุ่ม ไม่ว่าจะเป็น บอย ปกรณ์, จันจิ จันจิรา, แองกีส ชนทัต, โจ๊ก โขกุล และอีกหลายคน โดยเฉพาะ โจ๊ก โขกุล ได้ชื่นชอบอย่างยิ่งถึงขั้นที่แต่งเพลงให้ทั้งสองคนชื่อเพลง ใจฟู ซึ่งเป็นวลีติดปากที่พีจองและคัลเลนพูดบ่อย ๆ ในคลิป ความโด่งดังของยูทูปเบอร์ทั้งสองยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567 จำนวนผู้ติดตามช่อง **컬렌** Cullen HateBerry มีผู้ติดตามมากถึง 1.96 ล้านคน (The MATTER Team, 2567)

ผลกระทบจากปรากฏการณ์

นอกจากกระแสความนิยมในช่องยูทูปจะทำให้จำนวนผู้ติดตามช่อง **컬렌** Cullen HateBerry มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างพุ่งพรวดในเวลาไม่กี่เดือนแล้ว ในส่วนตัวของคัลเลนและพีจอนั้นต่างก็ได้รับความสนใจอย่างมาก รายการทีวีต่าง ๆ สนใจติดต่อทั้งสองคนไปร่วมรายการสินค้าหลากหลายยี่ห้อต่างติดต่อให้ทั้งสองคนไปเป็นพรีเซ็นเตอร์ รวมทั้งเสนอตัวที่จะเป็นผู้นับสนุนรายการให้ช่องยูทูปดังกล่าวด้วย อย่างไรก็ตามทั้งสองคนได้ปฏิเสธข้อเสนอนี้ทั้งหลายด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการเป็นยูทูปเบอร์รายการท่องเที่ยวแบบที่ไม่มีอะไรแอบแฝง สามารถทำงานได้อย่างอิสระและมีความสุข ไม่เพียงเท่านั้นช่องยูทูปของคัลเลนและพีจอนยังได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐ คือ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่สนใจการทำคลิปท่องเที่ยวตามจังหวัดต่าง ๆ ในไทย โดยเฉพาะการไปเยือนอุทยานแห่งชาติตามต่างจังหวัด ทำให้กรมอุทยานแห่งชาติฯ ได้ติดต่อกัลเลนและพีจอน มาเป็นพรีเซ็นเตอร์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานทั่วประเทศไทย ซึ่งทั้งสองหนุ่มก็ตอบรับยินดีร่วมงานและไม่คิดค่าตัวใดใดด้วย และแม้ว่าการเป็นพรีเซ็นเตอร์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานชาติทั่วประเทศไทยจะยังไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการระหว่างช่อง **컬렌** Cullen HateBerry และกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช แต่สิ่งที่เกิดขึ้นแล้วก็คือการขาดตลาดของพาสพาสปอร์ตอุทยานที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ทำตามสองหนุ่มคือเมื่อไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติใดก็จะประทับตราอุทยานนั้น ๆ ส่งผลดีให้ขณะนี้กรมอุทยานฯ ต้องเร่งผลิตพาสปอร์ตเพิ่มอีก 90,000 เล่มเพื่อจำหน่ายให้ทันกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

นอกจากช่องยูทูปของทั้งสองคนจะได้รับความนิยมและความนิยมมากขึ้นเท่าตัว ในส่วนของตัวบุคคลสองหนุ่ม คัลเลนกับพีจอน ต่างก็เป็นที่สนใจของมวลชนอย่างมาก ปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าทั้งสองคนเป็นที่ชื่นชอบของแฟน ๆ รายการ **컬렌** Cullen HateBerry ก็คือการปรากฏตัวของคัลเลนและพีจอนที่สยามสแควร์เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2567 มีแฟนคลับและผู้ชื่นชอบจำนวนมากมารอบตัวจริงและส่งเสียงกรี๊ดสนั่นเมื่อทั้งสองคนมาแจกกล้วยและร่วมถ่ายรูปด้วย (PPTVHD 36, 2567) เป็นที่น่าสนใจว่าการปรากฏตัวในงาน

อีเว้นท์ที่สยามนั้นได้รับความสนใจถึงขนาดที่ถูกนำเสนอในรายการสดของช่องยูทูป the standard ซึ่งปกตินั้นจะเป็นช่องที่นำเสนอเรื่องราวทางธุรกิจ (THE STANDARD, 2567)

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ทั้งสองคนโด่งดังและมีคนนิยมชมชอบ มีแฟนคลับ เพิ่มขึ้นมาก ในระยะเวลาอันสั้นนั้น ได้มีการวิเคราะห์ว่ามีหลายเหตุผลด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นหน้าตา อันหล่อเหลาสดใสน่าทึ่ง ความมีจิตใจเมตตาต่อสัตว์โดยเฉพาะสุนัขและแมวที่เขาทั้งสองจะพกอาหารไปให้ทุกครั้งที่เขาเจอ รวมทั้งการสื่อสารภาษาไทยที่ไม่ตรงตามหลักไวยากรณ์ไทยแต่ก็สามารถสื่อความได้และมีการใช้ภาษาไทยแบบน่ารัก ๆ อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้เขียนบทความนี้จะขอวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ช่อง **컬เรน** Cullen HateBerry และทั้งส่วนตัวของกิลเลนและพี่จ้อง ได้รับความรัก ความนิยมชมชอบอย่างมากจากแฟน ด้วยกรอบความคิดเรื่องของ Soft Power แบบไทย ๆ

ความหมายของ Soft Power

สำหรับคำว่าซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) นั้น ปัจจุบันมีการพูดถึงคำนี้กันมากมาย ในสื่อ รวมทั้งอยู่ในนโยบายของรัฐบาลด้วยเช่นกันที่จะใช้ซอฟต์พาวเวอร์ผลักดันและพัฒนา เศรษฐกิจไทย อย่างไรก็ตามยังเป็นที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวางว่าซอฟต์พาวเวอร์คืออะไรกันแน่ หลายคนหลายความคิด และก็ไม่สามารถที่จะหาข้อสรุปได้แน่ชัดและเป็นรูปธรรมได้ว่าอะไรหรือ สิ่งใดคือซอฟต์พาวเวอร์ หากแต่ในมุมมองของผู้เขียนบทความนี้ขอยึดถือความหมายของคำว่า ซอฟต์พาวเวอร์ของ Joseph S. Nye (Nye, 2004) ว่าเป็นอำนาจที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตาม ความต้องการของผู้ที่ใช้อำนาจ ที่ทำให้ผู้อื่นทำสิ่งที่ผู้ใช้อำนาจนั้นปรารถนาได้โดยไม่ต้องใช้ กำลังบังคับ ไม่ใช่ด้วยการจ่ายเงิน ไม่ใช่ด้วยการบังคับด้วยปืน แต่ต้องทำให้เขานิยมชมชอบ และ ทำในสิ่งที่ต้องการได้อย่างสมัครใจซึ่งจะใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ หรือเรียกได้ว่า “จะเป็นอะไรก็ได้” ที่ทำให้ผู้คนหันมาสนใจและรู้จักสิ่งเหล่านี้มากยิ่งขึ้นในวงกว้าง โดยไม่มีการข่มขู่และบังคับ ต่างจาก ฮาร์ดพาวเวอร์ (Hard Power) ที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคยมาตั้งแต่อดีตอย่าง อำนาจทางการทหารหรืออำนาจทางเศรษฐกิจ ซึ่งเกิดจากการข่มขู่หรือบังคับเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ ต้องการ โดยซอฟต์พาวเวอร์นั้น มีกระบวนการสร้างที่ต้องอาศัยความร่วมมือของหลาย ๆ ฝ่าย เช่น

หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน รวมไปถึงประชาชน เพื่อสร้างคุณค่าของวัฒนธรรม ผลักดัน และสนับสนุนให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

โดยหากเชื่อมต่อกับกระบวนการสื่อสารตาม Thanayod Lopattananont (2021) ฟังม โนทัศน์ soft power แบบ 4A 2R แบ่งกระบวนการทางอำนาจออกเป็น 2 ฟัง คือ ฟังผู้ใช้อำนาจและผู้รับอำนาจ โดยฟังของผู้ใช้อำนาจ ได้แก่ กลุ่มของ Agenda เป็นวาระของประเทศมักเป็นวาระลับและวาระสาธารณะ กลุ่ม Actor ผู้เล่นทางอำนาจ ได้แก่ รัฐ เอกชน ประชาชน องค์กรไม่แสวงหากำไร โดยในกรณีนี้เป็นประชาชน ได้แก่ คัลเลนและฟัจอง เป็นเสน่ห์ทางประชาชน กลุ่ม Asset เป็นการช่วยเหลือในลักษณะของเม็ดเงิน หรือเทคโนโลยี จิตนาการ ทักษะการเล่าเรื่อง การสื่อสาร เทคนิค และการสร้างเนื้อหาให้ทรงพลัง รวมถึง Action ที่จะช่วยให้เกิดการใช้อำนาจตามความคาดหวัง การค้นคว้าข้อมูลทางการตลาดและเข้าหาผู้มีอำนาจในพื้นที่ กรณีของคัลเลนกับฟัจอง มีการเข้าหาผู้มีอำนาจในแต่ละพื้นที่ การไปสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ฟังผู้รับอำนาจ ในมิติของการสื่อสาร Reaction เป็นในลักษณะของปฏิกิริยาตอบรับ อาจอยู่ในรูปของการบริโภค การให้ความร่วมมือ และการสร้างเครือข่ายสนับสนุนผู้ใช้อำนาจ หากยกตัวอย่างกรณีของคัลเลนและฟัจอง จะเป็นการตอบรับจากแฟนคลับที่เป็นไปด้วยดีเสมอมา สังเกตได้จากการมีแฟนคลับที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลาสั้น และ Result เป็นผลการตอบรับอำนาจ ได้แก่การเปลี่ยนแปลงในระดับรัฐ เอกชน หรือประชาชน เมื่อได้รับการตอบรับจากแฟนคลับ มีลักษณะเป็นความนิยม ฟังรากลึกในสังคมไทย คนไทยจึงเชื่อและชื่นชอบในความเป็น Soft Power ของคัลเลนและฟัจอง

ความเป็นมาของ Soft Power

Joseph S. Nye (Ney, 2004) เป็นต้นคิดทฤษฎี “neoliberalism” หรือ “เสรีนิยมใหม่” ซึ่งเป็นการอธิบายถึงความร่วมมือระหว่างรัฐกับรัฐในโลกสามารถทำได้ และเมื่อทำได้แล้วก็จะก่อให้เกิดสันติภาพยั่งยืนถาวรได้ โดยไม่ต้องมีสงครามหรือความขัดแย้ง ซึ่งในบริบททางการเมืองระหว่างประเทศในศตวรรษใหม่ Joseph S. Nye เป็นผู้ให้กำเนิดหลักการ ผู้เขียนตำราและเป็นผู้ประดิษฐ์คำว่า “Soft Power” ทำให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ ในโลก ซึ่งปัจจุบันพอได้ยินคำว่า “Soft power” ก็ตีความแตกต่างกันไป Joseph S. Nye ได้เขียนหนังสือเรื่อง Soft Power: The Means to

Success in World Politics” หรือ “พลังอำนาจนุ่มนวล: หนทางสู่ความสำเร็จในการเมืองโลก” ซึ่งหมายถึงพลังอำนาจนุ่มนวลแห่งความดีงามเชิงนโยบายและวัฒนธรรม เสมือนเป็นความสามารถที่จะให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ท่านต้องการ ผ่านการโน้มน้าวดึงดูดใจ แทนที่จะโดยการบังคับขู่เข็ญหรือจ่ายเงินสินจ้างรางวัล

ดังนั้น Joseph S. Nye ศาสตราจารย์ชาวอเมริกาแห่ง Harvard’s Kennedy School of Government จึงเป็นผู้คิดทฤษฎีขึ้นมา เพื่อไขข้อข้องใจให้กับประชาชนที่สงสัยในจุดยืนของประเทศตนเอง และอธิบายปรากฏการณ์ผ่านมุมมองในฐานะชาวอเมริกาว่า ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของประเทศญี่ปุ่นคือปรากฏการณ์ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาทำได้อยู่แล้วและทำมาโดยตลอด ยกตัวอย่าง เช่น American Pop Culture ที่วัยรุ่นญี่ปุ่นใส่เสื้อหมอล้ายสหรัฐอเมริกา, ชาวโซเวียตเกลียดสหรัฐอเมริกาแต่ใส่กางเกงยีนส์, นิกราแก้วฉายรายการทีวีของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เองมาจาก Soft Power จนทำให้หลายประเทศมองว่าสหรัฐอเมริกาเป็นมิตร มีภาพลักษณ์ดีขึ้น เศรษฐกิจก็ดีขึ้นจากการจับจ่ายใช้สอยของที่เกี่ยวกับอเมริกาด้วยความชื่นชอบ

อย่างไรก็ตามศาสตราจารย์ Joseph S. Nye มองว่า Soft Power เป็นเพียงสิ่งที่ช่วยเสริมเท่านั้น ซึ่งหากจะนำมาด้วยความยิ่งใหญ่ที่แท้จริง จะต้องนำทั้ง Soft Power และ Hard Power มาใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสม หรือเรียกว่า Smart Power (การใช้อำนาจแบบฉลาด) (Nye, 2004) และพีระเจริญวัฒน์นุกูล (2561) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่จะทำให้เกิด Soft Power ไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. วิธีการ จะต้องไม่ใช่การบังคับ
2. ทรัพยากร เป็นไปได้หลายแบบ ทั้งวัฒนธรรม วิถีชีวิต สินค้า อุดมการณ์ ฯลฯ
3. การประเมินผล ต้องมีการประเมินผลว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมันส่งผลให้เกิดอะไร

การจะทำให้เกิด Soft Power จริง ๆ ขึ้นมาได้ในทางรัฐศาสตร์ ผู้ใช้ Soft Power จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ตัวอย่างเช่น สมมติว่าประเทศไทยเป็นผู้ใช้ จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายก่อนว่า ประเทศไทยจะใช้ Soft Power เพื่อจุดประสงค์อะไร เราต้องการให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกเขาทำอะไร หรือคิดอย่างไรกับเรา หากเรานิยามเป้าประสงค์ได้แล้ว เราจะสามารถกำหนดได้ว่าต้องใช้ทรัพยากรรูปแบบไหน ใช้การสนับสนุนอย่างไร และควรมีในเรื่องพลังและอิทธิพลของ Soft Power ที่มีต่อชีวิตของผู้คนในสังคมนั้น Soft Power จึงไม่ใช่แค่การนำสินค้าต่าง ๆ

ออกไปขาย แต่จะต้องมีองค์ประกอบที่ครบถ้วน มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และมีการประเมินผลลัพธ์ อาจเรียกได้ว่าเป็นการนำทรัพยากรไปเผยแพร่ แต่ยังไม่ใช้ Soft Power

อย่างไรก็ตาม Point of View (2566) กล่าวว่า ในรายละเอียดของต้นฉบับที่ศาสตราจารย์เขียนไว้ไม่ได้มีการลงรายละเอียดว่า แนวคิดเรื่อง Soft Power จะนำไปใช้ในเชิงนโยบายอย่างไร แต่ปัจจุบันนักการเมือง นักวิชาการ นำความคิดของศาสตราจารย์มาตัดยอดเอง ซึ่งก็เป็นมุมมองของแต่ละคนที่จะนำมาประยุกต์ใช้เพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ โดยในส่วนของผู้เขียนนั้นจะวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของคลื่นและพ็องส์ด้วยความหมายของซอฟต์แวร์ (Soft Power) ที่ว่าคืออำนาจที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้ที่ใช้อำนาจนี้ ซึ่งจะใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ที่ทำให้ผู้คนหันมาสนใจและรู้จักสิ่งเหล่านี้มากยิ่งขึ้นในวงกว้าง โดยไม่มีการข่มขู่บังคับ โดยเฉพาะ Soft power ที่มีชื่อว่า วัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมไทยและความเป็นไทย

วัฒนธรรมไทย

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมไว้ว่าหมายถึง สิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมในการแต่งกาย วิถีชีวิตของหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา ขณะที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2565) กล่าวว่า วัฒนธรรมไทย หมายถึง วิถีชีวิตของคนไทยในสังคมไทย ซึ่งเป็นแบบแผนของการประพฤติปฏิบัติที่ดีงามและการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมไทยสามารถรู้ เข้าใจ ซาบซึ้ง ยอมรับ และใช้ปฏิบัติร่วมกันในสังคมไทย

นอกจากนี้ โดยทั่วไปยังหมายถึง รูปแบบของกิจกรรมมนุษย์และโครงสร้างเชิงสัญลักษณ์ที่ทำให้กิจกรรมนั้นเด่นชัดและมีความสำคัญ วิธีการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นพฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้น ด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ชีวิตอยู่ในหมู่พวกของตน ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย และความเหมาะสม วัฒนธรรมส่วนหนึ่งสามารถแสดงออกผ่าน ดนตรีวรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละคร และภาพยนตร์แม้บางครั้งอาจมีผู้กล่าวว่าวัฒนธรรมคือเรื่องที่ว่าด้วยการบริโภคและสินค้าบริโภค เช่น วัฒนธรรมระดับสูง

วัฒนธรรมระดับต่ำ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมนิยม เป็นต้น แต่นักมานุษยวิทยา โดยทั่วไปมักกล่าวถึงวัฒนธรรมว่า มิได้เป็นเพียงสินค้าบริโภค แต่หมายรวมถึงกระบวนการ ในการผลิตสินค้าและการให้ความหมายแก่สินค้านั้น ๆ ด้วย ทั้งยังรวมไปถึงความสัมพันธ์ทาง สังคมและแนวการปฏิบัติที่ทำให้ วัตถุและกระบวนการผลิตหลอมรวมอยู่ด้วยกัน ในสายตาของ นักมานุษยวิทยาจึงรวมไปถึงเทคโนโลยีศิลปะ วิทยาศาสตร์รวมทั้งระบบศีลธรรม

วัฒนธรรมไทยมีที่มาจากหลายแหล่งกำเนิดด้วยกัน ดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสังคมเกษตรกรรม เนื่องจากพื้นที่ของประเทศไทย ส่วนใหญ่มี สภาพภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ คนไทยจึงมีความผูกพันกับแม่น้ำลำคลอง ทำให้ เกิดวิถีชีวิตริมน้ำและ ประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับน้ำที่สำคัญ เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณี สงกรานต์ เป็นต้น

2. พิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา พระพุทธศาสนาเผยแผ่เข้ามาในประเทศไทยเป็น เวลานาน โดย คนไทยได้นำหลักคำสอนมาใช้ในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ยังมีประเพณีและ พิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ศาสนาอีกเป็นจำนวนมาก เช่น การทอดกฐิน การทอดผ้าป่า การบวชเพื่อสืบทอดศาสนา เป็นต้น

3. ค่านิยม เป็นแบบอย่างพฤติกรรมของคนในสังคมที่มีความแตกต่างกัน ค่านิยม บางอย่าง กลายเป็นแกนหลักของวัฒนธรรมไทย เช่น ความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ซึ่งคน ไทยให้ความ เคารพและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นอย่างมาก

4. การเผยแพร่และการยอมรับวัฒนธรรมจากต่างชาติ ในอดีตประเทศไทยได้รับ วัฒนธรรมจากจีน และอินเดียเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่ในปัจจุบันจากกระแส โลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการหลั่งไหล ของวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย โดยเฉพาะ วัฒนธรรมที่มาจากชาติตะวันตกที่เห็น ได้อย่าง ชัดเจน เช่น การแต่งกายตามแบบสากล การผูกเนคไท การสวมเสื้อนอก การสร้างบ้านเรือนรูปทรงต่าง ๆ เป็นต้น

ประเภทของวัฒนธรรมไทย

โดยทั่วไปแล้วมักจะแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) เป็นสิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มนุษย์คิดค้น ผิดขึ้นมา เช่น สิ่งก่อสร้าง อาคารบ้านเรือน อาวุธยุทโธปกรณ์เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material) ได้แก่ วัตถุสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อนำมาใช้ใน สังคม เช่น ที่อยู่อาศัย อาหาร เสื้อผ้า ยารักษาโรค

2. วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non – material Culture) เป็นอุดมการณ์ค่านิยม แนวคิด ภาษาคติ ความเชื่อทางศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ลัทธิการเมือง กฎหมาย วิธีการกระทำ และแบบแผนในการ ดำเนินชีวิต ซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรม (Abstract) ที่มองเห็นไม่ได้

ตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติปีพุทธศักราช 2485 ได้แบ่งประเภทวัฒนธรรมออกเป็น 4 ประเภท

1. คติธรรม (Moral) คือวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักในการดำรงชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจ และได้มาจากศาสนา ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของสังคม เช่น ความเสียสละ ความขยัน หมั่นเพียร การประหยัดอดออม ความกตัญญูความอดทน ทำดีได้ดี เป็นต้น

2. เนติธรรม (Legal) คือวัฒนธรรมทางกฎหมาย รวมทั้งระเบียบประเพณีที่ยอมรับนับถือกันว่ามี ความสำคัญพอ ๆ กับกฎหมาย เพื่อให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

3. สหธรรม (Social) คือวัฒนธรรมทางสังคม รวมทั้งมารยาทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสังคม เช่น มารยาทในการรับประทานอาหาร มารยาทในการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ ในสังคม

4. วัตถุธรรม (Material) คือวัฒนธรรมทางวัตถุ เช่น เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค บ้านเรือน อาคาร สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ สะพาน ถนน รถยนต์เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ลักษณะของวัฒนธรรมไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมเก่าแก่สืบสานต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน มีวัฒนธรรมหลักที่ถือว่าเป็นวัฒนธรรมประจำชาติไทย และแสดงให้เห็นถึงความ เป็นไทย ได้แก่

1. ศาสนา คนไทยส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา แต่ก็มิได้กีดกันผู้ที่นับถือศาสนาอื่นแต่อย่างใด

2. ภาษา คนไทยมีภาษาและตัวอักษรไทย

3. ประเพณีไทย เป็นสิ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนไทยที่เคยปฏิบัติสืบเนื่องกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ และได้สืบทอดกันมาจนถึงลูกหลาน ที่เรียกกันว่าขนบธรรมเนียมประเพณีนั่นเอง เช่น การไหว้ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษ เป็นต้น

ตัวอย่างของวัฒนธรรมไทย (ความเป็นไทย)

Pang Pond (2567) ได้ยกตัวอย่างวัฒนธรรมไทย 20 ข้อ ดังนี้

1. การไหว้ สำหรับการไหว้นั้นในวัฒนธรรมไทยคือการทักทายและแสดงความเคารพต่อกัน ซึ่งการไหว้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ไหว้พระ ไหว้ผู้อาวุโส และไหว้ผู้ที่เสมอกัน แต่ละระดับมีรูปแบบการไหว้และความหมายที่แตกต่างกันไป

2. การใช้มือกินอาหาร การกินด้วยมือถือว่าเป็นวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้ วัฒนธรรมดังกล่าวก็เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละคน

3. การเดินผ่านผู้ใหญ่ ควรค้อมตัวเมื่อเดินผ่านผู้ใหญ่ ถ้าเป็นทางแคบ ๆ หรือตรงบันได ควรหยุดยืนตรงให้ผู้ใหญ่เดินผ่านไปก่อน

4. คำลงท้าย ถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญในวัฒนธรรมไทยในด้านการใช้ชีวิตของคนไทยเลยทีเดียว การใช้ “ครับ/ค่ะ” เป็นคำลงท้าย แสดงถึงความสุภาพ ใช้ได้กับทุกประโยคที่พูด ซึ่งคำแบบนี้ไม่ใช่วัฒนธรรมที่มีอยู่ในภาษาอังกฤษ

5. ไปลามาไหว้ เป็นเรื่องปกติของคนไทยที่เวลาจะออกจากบ้านหรือกลับบ้านต้องไปทักทายหรือลาผู้หลักผู้ใหญ่ให้เป็นกิจลักษณะ

6. สินสอด ในประเทศไทยการแต่งงานส่วนใหญ่ย่อมมีสินสอดเข้ามาเกี่ยวข้อง นั่นคือทรัพย์สินที่ฝ่ายชายให้แก่บิดามารดาหรือผู้ปกครองฝ่ายหญิงที่จะแต่งงานด้วยเป็นค่าน้ำนม

7. การบวชทดแทน ชายไทยส่วนใหญ่เมื่อถึงวัยอันสมควรแล้วก็จะบวชทดแทนพระคุณพ่อแม่หรือบุพการี นอกจากจะเป็นการต่ออายุพระศาสนาแล้ว ยังเป็นการทดแทนพระคุณพ่อแม่อีกด้วย

8. เงินเดือนก้อนแรก ในประเทศไทยคนบางกลุ่มมีแนวความคิดที่ว่าเงินเดือนที่เราได้ในเดือนแรกนั้น เราควรให้พ่อแม่ทั้งหมด เพื่อความเป็นสิริมงคลในการเริ่มต้นทำงานของเรา
9. ซิงสุกก่อนห้าม คือแนวคิดของไทยที่ว่าชายหญิงที่กระทำการที่ยังไม่สมควรแก่วัยของตนหรือยังไม่มีความพร้อม มักสื่อถึงการมีความสัมพันธ์ซึ่งก่อนวัยอันควร
10. ให้อายุยืนน้อยกว่า ความเชื่อที่ว่ากันว่าคนที่แก่กว่าให้คนที่อ่อนกว่าจะตายไว
11. กินข้าวพร้อมกัน ถือเป็นเรื่องปกติของครอบครัวคนไทยที่ให้ความสำคัญของมื้ออาหารและการรับประทานอาหารพร้อมหน้าพร้อมตากันเป็นประจำ
12. ความอาวุโส ประเทศไทยนอกจากจะเป็นเมืองพุทธแล้ว เรื่องการให้ความเคารพอ่อนน้อมถ่อมตน ความอ่อนน้อมต่อผู้อาวุโสมากกว่าคน ถือว่าเป็นเรื่องปกติ
13. ล้างมือล้างเท้าก่อนเข้าบ้าน โดยเป็นความเชื่อของคนสมัยก่อนที่เวลากลับจากไปไหนมาไหนก็มักจะล้างมือล้างเท้าก่อนขึ้นบ้าน เพื่อเป็นการชำระสิ่งสกปรกที่ติดตัวมา
14. การแต่งกายเข้าวัด แต่งกายเหมาะสมเมื่อเยี่ยมชมวัดและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ผู้หญิงควรแต่งกายเพื่อปกปิดบริเวณไหล่และหัวเข่า
15. การไม่เล่นหัว การเล่นหัวของคนไทยถือว่าเป็นสิ่งที่ไม่ควร หรือส่งวัตถุใด ๆ เหนือหัวของใคร เพราะหัวเป็นส่วนที่สูงที่สุดของร่างกายและถือเป็นของสูง
16. ของฝากเมื่อได้รับเชิญหรือไปเยี่ยมเยียนผู้ใด ควรจะมีของฝากไปมอบให้เพื่อแสดงน้ำใจไมตรี และเจ้าของบ้านควรเตรียมของต้อนรับแขกผู้มาเยือนด้วย
17. การใช้เท้าคนไทยถือว่าเป็นของต่ำ ไม่ควรใช้เท้าชี้หรือเดินข้ามบุคคลหรือสิ่งของ เช่น อาหาร หนังสือ
18. การเคี้ยวอาหาร ไม่ควรพูดคุยหรือเคี้ยวอาหารเสียงดังในขณะที่รับประทานอาหาร เพราะจะถือเป็นการแสดงความไม่มีมารยาท
19. การไม่เถียงผู้ใหญ่ สังคมไทยสอนหลายอย่างเกี่ยวกับการปฏิบัติตนต่อผู้ใหญ่ รู้จักเคารพผู้ใหญ่และไม่เถียงผู้ใหญ่ เวลาผู้ใหญ่คุยกันอย่าพูดแทรก
20. การแสดงความรัก ไม่ควรแสดงความรักด้วยการกอดจูบในที่สาธารณะหรือเขตศาสนสถาน

ตามความเห็นของ Thaniya1988 (2566) คนไทยมีการแสดงตัวตนทางด้านเอกลักษณ์วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาหารการกินของเมืองไทยก็ไม่แพ้ชาติใดในโลก รวมทั้งวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยก็มีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทยได้อย่างชัดเจน อาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมเป็น Soft Power ของไทย เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของคนไทย โดยให้เป็นสินค้าเพื่อการส่งออกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของคนไทย เป็นคุณลักษณะของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ที่ชัดเจน โดยหากเปรียบเทียบกับการศึกษาข้ามวัฒนธรรม (Cross-culture Communication) ที่เป็นการศึกษาเพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม 2 วัฒนธรรม โดยกรณีของการวิเคราะห์การนำเสนอรายการท่องเที่ยวของคลื่นและพีจอนั้น เสมือนเป็นความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของไทยกับวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมนั้น ถือเป็นกระบวนการที่สื่อเป็นส่วนสำคัญซึ่งสามารถแสดงพลังที่แท้จริงออกมาได้ ผ่านกระบวนการสื่อสารวัฒนธรรมในบริบทของเกาหลีเมื่อเปรียบเทียบกับแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า ภาพที่นำเสนอหรือสะท้อนออกมามีลักษณะคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของไทย แตกต่างกันเพียงการใช้มุมมองการนำเสนอวัฒนธรรม หรือการเล่าเรื่องผ่านบุคคลที่เป็น ซึ่งได้แก่ คลื่นและพีจอน ที่เป็นชาวเกาหลี ผสมผสานการนำเสนอวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมความเป็นเกาหลีได้อย่างลงตัว

วัฒนธรรมไทยในช่อง **컬렌** Cullen HateBerry

การวิเคราะห์วัฒนธรรมในช่องของ **컬렌** Cullen HateBerry ผู้วิจัยวิเคราะห์ในประเด็นของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม รวมทั้งการต่อรองความหมายผ่านวัฒนธรรมเพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านการสื่อสาร โดยวิเคราะห์ในประเด็นที่สำคัญดังนี้ 1) การปรับเปลี่ยนต่อรองความหมายของวัฒนธรรมไทยในบริบทของชาวต่างชาติ และ 2) กระบวนการวิธีการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม หรือการต่อรองความหมายผ่านวัฒนธรรมไทย

- 1) การปรับเปลี่ยนต่อรองความหมายของวัฒนธรรมไทยในบริบทของชาวต่างชาติ

จากการวิเคราะห์การนำเสนอรายการท่องเที่ยวในช่อง **컬렌** Cullen HateBerry ตั้งแต่ตอนที่ปล่อยคลิปแรกออกมายังยูทูปเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2022 จนถึงตอนที่ 100 เมื่อวันที่ 24

กุมภาพันธ์ 2024 จะพบว่าเหตุผลที่ทำให้ทั้งคัลแลนและพีจองเป็นที่ชื่นชอบของคนไทยได้อย่างรวดเร็วและแพร่หลายทุกวงการทั้งชาวบ้านคนธรรมดา นักร้อง เซเลบคนดัง ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ทั้งเพศหญิง เพศชายและไม่จำกัดเพศ นอกจากจะเป็นเพราะหน้าตาที่น่าเอ็นดูตามสไตล์หนุ่มเกาหลีประกอบกับการพูดภาษาไทยด้วยคำศัพท์แปลก น่ารัก ๆ แล้วผู้เขียนไม่คิดว่าด้วยผลที่ตื่นเงินดังกล่าวจะทำให้คนไทยหันมาชื่นชอบทั้งสองหนุ่มได้มากมายในระยะเวลาอันรวดเร็ว จนทำให้จำนวนผู้ติดตามในช่องยูทูป **컬렌 Cullen HateBerry** จากเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2566 มียอดผู้ติดตามทะลุ 1 ล้านคน (SPRING NEWS, 2567) เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดเป็น 1.96 ล้านคน ในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567 และมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 2.46 ล้านคนเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2567 (Cullen Hateberry, 2568)

ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้ชมคลิปรายการในช่องยูทูปดังกล่าวและพยายามวิเคราะห์ถึงเหตุผลว่าเป็นเพราะสาเหตุใดกันแน่ที่ทำให้ทั้งคัลแลนและพีจองถึงได้รับความนิยชมชอบจากคนไทยมากมายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งจากการวิเคราะห์รายการในช่องยูทูปดังกล่าว ผู้เขียนพบว่า ทั้งสองคนได้รับความนิยชมชอบจากคนไทยมากมายนั่นเป็นเพราะว่าการแสดงออกของทั้งสองคนในแต่ละคลิปนั้นสะท้อนตัวตนและเอกลักษณ์ วัฒนธรรมความเป็นคนไทยที่อาจเป็นวัฒนธรรมไทยที่ขาดหายไปจากสังคมไทยมานาน แส่นนาน ทำให้เมื่อคนไทยได้เจอตัวตนเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมไทยแต่ปรากฏอยู่ในชาวต่างชาติ ซึ่งก็คือคัลแลนและพีจอง ทำให้คนไทยรู้สึกคุ้นเคย ชื่นชม ยินดีและเปิดใจรับทั้งสองคนได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่รู้ตัว วัฒนธรรมไทยที่ขาดหายไปสังคมไทยและสะท้อนผ่านตัวตนในรายการของทั้งสองคนนั้น ได้แก่

1. วัฒนธรรมการไหว้ สำหรับการไหว้นั้นในวัฒนธรรมไทยคือการทักทายและเป็นการแสดงความเคารพต่อกัน โดยเฉพาะเป็นการไหว้ผู้ที่สูงกว่าหรือสมณศักดิ์ทางสังคมสูงกว่าเรา เช่น พระสงฆ์ หากแต่ในคลิปรายการของคัลแลนและพีจอง จะพบว่าเมื่อทั้งสองคนนั้นจะแสดงความเคารพด้วยการไหว้ตลอด ไม่ว่าจะได้พบพระ หรือพระพุทธรูป ก็จะยกมือไหว้ตลอด ซึ่งทั้งสองคนอาจจะไม่เข้าใจความหมายที่ลึกซึ้งในวัฒนธรรมการไหว้แต่ผู้ชมจะเห็นถึงความพยายามที่จะแสดงออกถึงความเคารพในวัฒนธรรมไทย ไม่เพียงแต่การไหว้พระเท่านั้น เวลาที่เจอพ่อค้าแม่ค้าหรือไปซื้ออาหาร ไปโรงแรมที่พัก เมื่อจะออกจากร้านหรือโรงแรมก็จะยกมือไหว้

พร้อมกล่าวคำว่า ขอบคุณ ทุกครั้งไป หิ้ง ๆ ที่หิ้งคัลเลนและพีจ็องเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารหรือโรงแรมที่พัก แต่ก็จะแสดงความขอบคุณด้วยการไหว้ทุกครั้ง ซึ่งกิริยามารยาทดังกล่าวเป็นที่ถูกใจคนไทยเป็นอย่างยิ่งเพราะในปัจจุบันเราจะพบว่าคนไทยไหว้กันน้อยลง โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ที่ไม่ค่อยยกมือไหว้ผู้ที่สูงวัยกว่า ทำให้เมื่อเห็นคนต่างชาติยกมือไหว้ด้วยความเคารพ ผู้ชมรายการจึงเกิดความชื่นชมและชื่นชอบคัลเลนและพีจ็อง

2. วัฒนธรรมเรื่องความผู้อาวุโส เมื่อพิจารณาจากอายุทั้งของคัลเลนและพีจ็อง จะพบว่าแตกต่างกันไม่มากเท่าใดนัก แต่ผู้ชมจะเห็นคัลเลนเคารพและให้เกียรติพีจ็องเสมอทั้งการกระทำและคำพูด โดยสรรพนามที่เรียกจะเรียกว่า พีจ็อง พีจ็อง และแทนชื่อตัวเองว่า คัลเลนตลอด ซึ่งตามปกติของผู้ชายที่วัยใกล้เคียงกันจะเรียกชื่อกันโดยที่ไม่มีคำนำหน้าหรือเรียกกันด้วยสรรพนามภาษาปาก หรือไม่ก็ใช้คำที่ค่อนข้างไม่สุภาพคือ กู กับ มึง ซึ่งในช่องยูทูปรายการประเภทเดียวกันกับคัลเลนนั้นจะพบว่า ยูทูปเบอร์ส่วนใหญ่จะใช้คำไม่สุภาพ หรือบางครั้งอาจมีการเล่นหัวเพื่อนร่วมงาน หรือคำด้วยถ้อยคำที่หยาบคาย หิ้ง ๆ ที่อายุมากกว่า ทำให้เมื่อผู้ชมคนไทยได้ดูรายการช่องคัลเลนและพีจ็องที่เป็นรายการท่องเที่ยวเหมือน ๆ กับช่องอื่น แต่การพูดจาการดำเนินรายการที่เป็นไปด้วยความเคารพซึ่งกันและกัน ทำให้ผู้ชมชื่นชอบอย่างมาก เพราะความจริงแล้วในสังคมวัฒนธรรมไทยนั้นให้ความสำคัญกับระบอบอาวุโส แต่ในปัจจุบันจะพบว่าสังคมไทยขาดความเคารพต่อผู้อาวุโส เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีความคิดที่ว่าทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่ ทำให้เมื่อมีชาวต่างชาติที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมไทยเรื่องการเคารพผู้อาวุโสที่สังคมไทยขาดหายไปนาน จึงทำให้ไม่แปลกที่คัลเลนและพีจ็องจะทำให้คนไทยทุกเพศทุกวัยชื่นชอบการแสดงออกดังกล่าว

3. วัฒนธรรมเรื่องของฝากความมีน้ำใจของทั้งคัลเลนและพีจ็องสะท้อนได้จากแทบจะทุกตอนที่ไปเที่ยวยังจังหวัดต่าง ๆ เมื่อพบเจอสถานที่แปลก ๆ น่ารัก ๆ ทั้งสองคนจะนึกถึงเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอและจะซื้อกลับมาเป็นของฝากให้ทุกครั้งที่ได้เดินทาง เช่น ซา จากจังหวัดเชียงรายให้ อิง เพื่อนร่วมงานที่ทำหน้าที่ตัดต่อคลิป หรือตุ๊กตาปลาโลมา จากจังหวัดจันทบุรีซื้อเป็นของฝากให้เคอร์บี้ เพื่อนร่วมงานและร่วมวงดนตรี Hateberry หรือแม้แต่ตอนที่ไปจังหวัดนครปฐมเพื่อไปทำข้าวหลามที่บ้านแม่เพื่อนของจู้ดี ทั้งสองคนก็แวะซื้อผลไม้ไปเป็นของฝาก

ผู้ใหญ่ รวมทั้งตอนที่พี่จ๋องกลับไปเกาหลี เมื่อกลับมาไทยก็ซื้อรามลอนและขนมกลับมาฝาก คัลเลน วัฒนธรรมการซื้อของฝากและการแสดงน้ำใจเช่นนี้เป็นวัฒนธรรมที่คนไทยคุ้นเคยกันมานาน ไปไหนมาไหนจะต้องมีของติดไม้ติดมือไปฝาก ดังนั้นเมื่อเห็นพฤติกรรมดังกล่าวในช่องของคัลเลน จึงทำให้ผู้ชมคุ้นเคยและเปิดรับเนื้อหารายการได้ง่าย

4. วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย นอกจากการพูดภาษาไทยที่ผิด ๆ ถูก ๆ และมีการสร้างศัพท์ใหม่จะเป็นสนทนาที่ทำให้ผู้ชมชินชอกรายการของทั้งสองหนุ่มแล้ว สิ่งที่ทำให้เป็นสนทนาทั้งสองมากไปกว่าสิ่งที่กล่าวมาคือ วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทยที่มีคำลงท้าย ค่ะ ครับ ขอโทษครับ และขอบคุณครับ จะเห็นว่าในทุกคลิปทั้งสองคนจะพูดคำลงท้ายทุกครั้ง เช่น สวัสดีครับ คัลเลนครับ สวัสดีครับ จ๋องครับ อันนี้เท่าไรครับ คำลงท้าย ครับหรือ ค่ะ นั้นมีเฉพาะในภาษาไทยเป็นวัฒนธรรมการใช้ภาษาไทยที่ทำให้เห็นถึงความอ่อนหวาน คำลงท้ายในภาษาไทยนี้ เป็นวัฒนธรรมการใช้ภาษาที่มีเสน่ห์มาก โดยในตอนหนึ่งของรายการที่ทั้งสองคน ไปเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และสั่งปลา คัลเลนถามแม่ค้าว่าปลาอะไร แม่ค้าตอบว่า ปลานิลจ้า ครั้งแรกคิดว่าปลานิลจินจา แต่พอรู้ว่าปลานิล แต่เสียงคำว่า จ้า คือคำลงท้ายในการใช้ภาษาไทย ทั้งสองคนจึงชอบมากเพราะรู้สึกว่าการใช้ภาษาไทยที่มีคำลงท้ายนั้นเป็นภาษาที่มีความน่ารักและเป็นกันเอง

นอกจากจะพบวัฒนธรรมการใช้คำลงท้ายในภาษาไทยแล้ว ที่พบอีกอย่างในการใช้ภาษาไทยของทั้งคัลเลนและพี่จ๋องก็คือ คำว่า ขอโทษ และ ขอบคุณ ที่ผู้ชมจะได้ยินทุกตอนและพูดหลายครั้งมาก โดยที่ทั้งสองคนจะไม่ลังเลเลยที่จะพูดคำว่าขอโทษ เมื่อทำสิ่งใดผิดพลาด และขอบคุณ เมื่อได้รับสิ่งใด แม้จะเป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็ตาม และการขอโทษและขอบคุณนั้น ไม่ได้พูดเฉพาะกับคนเท่านั้น ในตอนที่ไปเที่ยวนครปฐม พี่จ๋อง ดัดไม้ไผ่เพื่อทำข้าวหลาม แต่ไม้ไผ่ที่ตัดเล็กเกินไปใช้ไม่ได้ เขารู้สึกผิดว่าไปตัดไม้ไผ่แต่ใช้ไม่ได้ต้องทิ้ง จึงกล่าวคำว่า ขอโทษ กับไม้ไผ่หรือแม้แต่การพบเจอธรรมชาติ ดันไม้ที่สวยงาม ทั้งสองคนก็จะกล่าวขอบคุณธรรมชาติอยู่เสมอ ๆ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วทั้งคำว่า ขอโทษ และขอบคุณ เป็นภาษาที่แสดงให้เห็นชัดถึงวัฒนธรรมความเป็นไทย คือ ความมีจิตใจอ่อนโยน หากแต่ปัจจุบันวัฒนธรรมภาษาไทยคำว่า ขอโทษ และขอบคุณ เป็นคำที่ได้ยินยากมาก เช่น เมื่อเราไปห้างสรรพสินค้าและกดลิฟต์ให้ผู้โดยสารคนอื่น บางครั้งก็จะไม่มีคำว่า ขอบคุณ มาจากคน ๆ นั้น ดังนั้น แม้ว่าจะเป็นเรื่องเล็กน้อยนิด แต่เมื่อคนไทย

ได้ยินคำว่า ขอโทษและขอบคุณ ในบริบทที่น่ารัก ๆ จากหนุ่มต่างชาติทั้งสองคน จึงทำให้ยังรู้สึก
ว่าทั้งสองคนนี้เป็นคนอ่อนโยน น่ารัก จิตใจดี ทั้ง ๆ ที่ก็เป็นคุณลักษณะของคนไทยนั่นเอง

5. วัฒนธรรมประเพณีแบบไทย ๆ ในช่วงคลิปรายการแรก ๆ เช่น คลิปรายการเมื่อ
วันที่ 17 ธันวาคม 2022 เป็นคลิปที่นำเสนอการไปเที่ยวชมมหาวิทยาลัยเอเบค ที่แดนหนึ่งในเพื่อน
ร่วมทีมของคัลแลนศึกษาอยู่ มีการสนทนาระหว่างคัลแลนกับแดนที่เกี่ยวข้องลุงยางอนามัย หรือ
พูดถึงเรื่องเครื่องดื่มคือ เบียร์ เป็นการสนทนากันเรื่องของวัยรุ่นในวัยนักศึกษา หากแต่ใน
สังคมไทยนั้น ไม่ยอมรับเรื่องของการมีเพศสัมพันธ์กันในวัยเรียนหรือไม่ยอมรับว่าการดื่ม
แอลกอฮอล์ในวัยเรียนเป็นเรื่องปกติ ซึ่งหลังจากมีการเรียนรู้ในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีไทย
แล้วจะเห็นได้ว่าในคลิปต่อ ๆ ไปของคัลแลน ผู้ชมจะไม่พบว่ามีการพูดถึงเรื่องของเพศสัมพันธ์
หรือเรื่องของเครื่องดื่มของมีนเมาอีกเลย ขณะเดียวกันจะเห็นว่าคัลแลนระมัดระวังในเรื่องของ
วัฒนธรรมประเพณีไทยมาก เช่น เมื่อเวลาที่คัลแลนวิดีโอคอลหาพี่จ้อง หรือหากกำลังถ่ายคลิป
แล้วพี่จ้องเดินมาเข้าในกล้องในสภาพที่ใส่กางเกงบ็อกเซอร์หรือไม่ใส่เสื้อ คัลแลนจะหันกล้องหนี
พร้อมบอกให้ไปใส่กางเกงเสื้อให้เรียบร้อยก่อน ทั้ง ๆ ที่ก็ไม่ใช่ว่าภาพที่น่าเกลียดอะไร หากแต่เขารู้
ว่าวัฒนธรรมประเพณีไทยนั้นไม่นิยมพูดเรื่องเพศหรือการแต่งกายที่เปิดเผยมร่างกาย ในสังคมไทย
ถือว่าไม่สุภาพ ซึ่งในปัจจุบันนี้ผู้ชมก็พบเห็นภาพล่อแหลมหรือการพูดจาเรื่องเพศได้ในหลาย ๆ
รายการจนจะเป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว หากแต่ในรายการของคัลแลนและพี่จ้องจะไม่มีเรื่องเช่นนี้

นอกจากนี้แล้วคัลแลนและพี่จ้องยังได้แสดงออกถึงการเคารพวัฒนธรรมประเพณีไทย
ที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาด้วยเช่น ในคลิปท่องเที่ยวจังหวัดตากที่ทั้งสองคน ไปได้ไปเที่ยว ดอยหัวหมด
ซึ่งพี่จ้องได้ถามคนที่พาไปว่า แปลว่า ดอยหัวหมด แปลว่า ไม่มีผมใช่ไหม และบังเอิญที่ดอย
ณ ขณะนั้นมีกลุ่มของพระขึ้นอยู่แถว ๆ นั้นพอดี พี่จ้องรู้สึกว่ามันไม่เหมาะสมและได้กล่าวคำขอโทษ
ซึ่งความจริงขอโทษเท่านั้นก็เพียงพอแล้วเพราะผู้ชมต่างรู้ว่าทั้งสองคนไม่ได้มีเจตนาที่จะล้อเลียน
พระว่าไม่มีผม เป็นเรื่องบังเอิญจริง ๆ แต่ทั้งสองคนก็ไม่ปล่อยผ่านเพราะเข้าใจดีว่าวัฒนธรรมของ
คนไทยนั้นเรื่องของศาสนาเป็นเรื่องที่คนไทยให้ความสำคัญ คนไทยจะไม่นำมาล้อเลียนหรือ
ล้อเล่น ในคตินั้นทั้งสองจึงอภัยคัลแลนขอโทษอย่างเป็นทางการพร้อมกับนั่งไหว้ขอโทษอย่างสุภาพ

เรียบร้อย ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวนี้เป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมประเพณีที่คั่งงามของ
ไทย ยิ่งทำให้คนไทยนิยมชมชอบช่อง **คัลเลน** Cullen HateBerry มากยิ่ง ๆ ขึ้น

กล่าวโดยสรุป หากวิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมข้ามชาติที่เป็นบุคคล
ต่างชาติ คัลเลนกับพี่จองที่ถูกนำเสนอผ่านช่องของ **คัลเลน** Cullen HateBerry พบว่าวัฒนธรรม
ไทยการไหว้ วัฒนธรรมเรื่องความเป็นผู้อาวุโส และวัฒนธรรมเรื่องของฝากความมีน้ำใจของพี่
คัลเลนกับพี่จองยังคงมีการสร้างความหมายแบบเดิม ๆ ไม่แตกต่างจากเดิม แต่ในส่วนของ
วัฒนธรรมเรื่องของวัฒนธรรมการใช้ภาษาพูด ที่สื่อสารผ่านช่องของ **คัลเลน** Cullen HateBerry
ก็มีการต่อรองความหมายใหม่ ๆ มีการสร้างศัพท์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นจากการสื่อสารของพี่คัลเลนกับ
พี่จอง ด้วยสำเนียงการพูดภาษาไทยของคนเกาหลี ทำให้การสื่อสารอาจจะผิดเพี้ยนด้วยสำเนียง
แต่ความหมายอาจจะมึบบางคำที่ยังคงความหมายเดิม หรือบางคำที่แปรเปลี่ยนความหมายไปจาก
เดิม และ ในส่วนของวัฒนธรรมประเพณีแบบไทย ๆ การสนทนาระหว่างคัลเลนกับแดน
ที่เกี่ยวข้องถึงขงอนนัมย หรือพูดถึงเรื่องเครื่องดื่มคือ เบียร์ เป็นการสนทนากันเรื่องของวัยรุ่น
ในวัยนักศึกษา หากแต่ในสังคมไทยนั้น ไม่ยอมรับเรื่องของการมีเพศสัมพันธ์กัน ในวัยเรียน
หรือไม่ยอมรับว่าการดื่มแอลกอฮอล์ในวัยเรียนเป็นเรื่องปกติ การนำเสนอดังกล่าวอาจจะเป็นการ
ต่อรองความหมายเรื่องเพศ เพื่อให้เกิดการยอมรับมากขึ้นในสังคมไทย

2) กระบวนการวิธีการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม หรือการต่อรองความหมายผ่าน
วัฒนธรรมไทย ผู้เขียนของสรุปกระบวนการวิธีการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม หรือการต่อรอง
ความหมายผ่านวัฒนธรรมไทย องค์ประกอบ และกระบวนการขั้นตอนในการปรับเปลี่ยน หรือ
การหลอมรวมแล้วนำเสนอในบริบทที่ชาวต่างชาติได้สร้างความหมาย ดังนี้

วัฒนธรรมการไหว้ คติปราชการของคัลเลนและพี่จองนั้น มีกระบวนการไหว้ผู้สูงวัย
พระสงฆ์ แม่ค้า พนักงาน โรงแรม ทั้งสองไม่ว่าจะพบใครจะมีการไหว้ผู้ตลอดและแสดงอย่าง
ต่อเนื่อง ซึ่งถึงแม้ว่าทั้งสองคนอาจจะไม่เข้าใจความหมายของการไหว้ที่ลึกซึ้ง แต่ทั้งสองคน
พยายามที่จะแสดงความเคารพในวัฒนธรรมไทย เสมือนเป็นการหลอมรวมการเป็นชาวต่างชาติ
ให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมของคนไทย

วัฒนธรรมเรื่องความอาวุโส ศิลปรายการของคัลเลนและพีจอง ได้มีกระบวนการสื่อสารด้วยการใช้สรรพนามที่สุภาพ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน ให้ความเคารพผู้อาวุโส ทั้งสองไม่ว่าจะพบเจอกันก็มีการให้เกียรติกับทุกคน แสดงให้เห็นว่าทั้งคู่พยายามที่จะแสดงความเคารพในวัฒนธรรมไทย ให้เกียรติทุกคน โดยเฉพาะคนไทย ซึ่งเสมือนเป็นการใช้ชีวิตของชาวต่างชาติให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมเรื่องของฝาก ความมีน้ำใจ ศิลปรายการของคัลเลนและพีจอง ได้มีกระบวนการสื่อสารด้วยการพาผู้ชมไปเที่ยวทุกจังหวัดทั่วประเทศ มีการแสดงน้ำใจด้วยการซื้อของฝาก ของที่ระลึก ฝากทีมงาน ซึ่งแสดงให้เห็นวัฒนธรรมไทยที่คุ้นเคยกันมานาน ไม่ว่าจะไปเที่ยวที่ไหน ทั้งสองก็มีการซื้อของฝาก เสมือนการใช้ชีวิตของชาวต่างชาติให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมการใช้ภาษาไทย ศิลปรายการของคัลเลนและพีจอง ได้มีกระบวนการสื่อสารโดยการสร้างศัพท์ใหม่ซึ่งเกิดจากการพูดภาษาไทยไม่ชัดของทั้งสอง แต่ทำให้คนไทยที่ติดตามชมรายการกลับชื่นชอบ และสนุกสนานไปกับการสื่อสารภาษาไทยด้วยสำเนียงที่ไม่ชัดของคนเกาหลี แต่ทั้งนี้หากมีการสื่อสารที่อาจจะทำให้ความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม ทั้งสองก็จะมีการขอโทษผู้ชมรายการ เพื่อแสดงถึงการที่ทั้งสองต้องการสื่อสารให้ถูกต้องตามภาษาไทย ซึ่งทั้งสองก็พยายามสร้างความกลมกลืนกับวัฒนธรรมไทย ด้วยการสื่อสารภาษาไทยให้ถูกต้อง อย่างไรก็ตามในส่วนของวัฒนธรรมการใช้ภาษาไทยนั้น อาจจะมีการต่อรองความหมายใหม่ ๆ เกิดขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ปลานินจา เป็น ปลานินจา เป็นต้น

วัฒนธรรมประเพณีแบบไทย ๆ ในส่วนอื่น ๆ นั้น ศิลปรายการของคัลเลนและพีจอง บางครั้งในรายการมีการพูดถึงเรื่องของสัมพันธหรือเรื่องเครื่องคิมมินมา ที่ในวัฒนธรรมไทย สังคมไทย อาจจะยังไม่มีการยอมรับ หรือการเปิดเผยผ่านสื่ออย่างชัดเจน เรื่องของการแต่งกายที่มีการเปิดเผยเรือนร่าง การพูดจาเรื่องเพศที่ล่อแหลม ในประเด็นวัฒนธรรมไทยในส่วนนี้ ที่คัลเลนและพีจอง อาจจะมีการสื่อสารต่อรองความหมายจากวัฒนธรรมไทยจากเดิม

วัฒนธรรมไทยในฐานะ “ซอฟต์แวร์”

กล่าวโดยสรุปแล้วในการที่ช่อง **컬렌** Cullen HateBerry หรือตัวคัลเลนและพีจองได้รับความสนใจ ซึ่งชมและนิยมชมชอบจากคนไทยเป็นจำนวนมากนั้น ไม่ได้เป็นเพราะหน้าตาที่หล่อเหลาของทั้งสองคนหรือเป็นเพราะการสร้างคำศัพท์ใหม่ ๆ ที่ก่อให้เกิดอารมณ์ขันในภาษาไทยเพียงเท่านั้น เพราะหากจะด้วยเหตุผลดังกล่าว ก็เชื่อว่าในช่องยูทูปปัจจุบันนี้จะมียูทูปเบอร์ที่หน้าตาดี ส่วนใหญ่ยูทูปเบอร์จะหน้าตาดี หุ่นดี มากกว่าทั้งสองคนนี้ด้วยซ้ำไป หรือหากจะเป็นเหตุผลด้วยเรื่องการใช้ภาษาที่ตลก ๆ เราก็คงพบว่าคนไทยนั้นมีความสุขและอารมณ์ขันกับการเล่นคำ เล่นกับภาษาไทยอยู่บ่อย ๆ ไม่ได้เป็นความแปลกใหม่แต่อย่างใด

หากแต่ในมุมมองการวิเคราะห์ของผู้เขียน ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ชมนิยมชมชอบคัลเลนและพีจองและมีผู้ติดตามแบบก้าวกระโดดนั้น เนื่องจากเป็นเพราะทั้งสองคนเป็นเหมือนภาพสะท้อนตัวตน อุดมลักษณ์และวัฒนธรรมไทยที่มีในคนไทยมาช้านาน หรือพูดง่าย ๆ ก็คือการแสดงออกของคัลเลนและพีจองก็คนไทยคนหนึ่ง หากแต่เป็นคนไทยที่ในปัจจุบันเราไม่ค่อยพบคนไทยที่มีตัวตนหรืออุดมลักษณ์เช่นนี้ คือ เป็นคนที่เคารพความอาวุโส มีสัมมาคารวะ มีน้ำใจไปไหนมาไหนมีของฝาก ไปลามาไหว้ พูดจาอ่อนนุช ขอบคุณ ขอโทษ ซึ่งอุดมลักษณ์ต่าง ๆ นั้นก็คือวัฒนธรรมของคนไทย ดังนั้นเมื่อวัฒนธรรมไทยนั้นมาปรากฏในคลิปรายการของคัลเลนและพีจองจึงทำให้คนไทยเปิดรับและให้ความสนใจอย่างท่วมท้นและรวดเร็ว ซึ่งก็สอดคล้องกับกระบวนการเลือกสรร ” (Selective Process) ของ Klapper (1960, pp. 19-25) ที่คนเราจะเลือกเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) และเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ตามความสนใจและสิ่งที่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจและความคุ้นเคยของผู้ชม ซึ่งในที่นี้ก็คือวัฒนธรรมไทยนั่นเอง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าช่องยูทูป **컬렌** Cullen HateBerry ใช้ซอฟต์แวร์ที่ชื่อว่าวัฒนธรรมไทย ทำให้ผู้ชมรายการนิยมชมชอบ สมครใจเป็นแฟนคลับของช่องยูทูปและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของยูทูปเบอร์นั้นก็คือการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามที่ปัจจุบันมีเกือบสามล้านคน โดยที่ไม่ต้องใช้กำลังบังคับ ไม่ใช่ด้วยการจ่ายเงิน แต่ต้องทำให้เขานิยมชมชอบ และทำในสิ่งที่ต้องการได้อย่างสมัครใจซึ่งจะใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม วิธีชีวิตความเชื่อ หรือเรียกได้ว่า “ซอฟต์แวร์” หากแต่ที่น่าสนใจคือเป็นการใช้ซอฟต์แวร์ไทย

โดยมีเป้าหมายเป็นคนไทยและก็เป็นการใช้ซอฟต์แวร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์มากกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้เสียด้วย

รายการอ้างอิง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2565). *วัฒนธรรมไทย*. สืบค้นจาก

https://elchm.ssru.ac.th/chidchom_ka/pluginfile.php/49/block_html/content/วัฒนธรรมไทย.pdf

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2565). *ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมไทย*. สืบค้นจาก

https://elchm.ssru.ac.th/chidchom_ka/pluginfile.php/50/block_html/content201-65.pdf

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *วัฒนธรรม*. สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th>

พีระ เจริญวัฒนกุล. (2561). พินิจแนวคิด Soft Power อย่างจริงจัง: ปัญหาและความเข้าใจผิดในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานวิชาการไทย. *วารสารรัฐศาสตร์นิเทศ 4*, 1(2), 237-277.

Cullen Hateberry. (2568). *컬렌 Cullen HateBerry*. สืบค้นจาก

https://www.youtube.com/@cullen_hateberry/videos

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. NY: The Free Press.

PPTVHD 36. (2567). *สยามแตก! ปรากฏการณ์ "พ็อง-คัลเลน" ฟีเวอร์*. สืบค้นจาก

<https://www.pptvhd36.com/video/news/163506>

Pang Pond. (2567). *วัฒนธรรมไทย 20 ตัวอย่างที่น่าสนใจมีอะไรเกิดขึ้นใหม่*. สืบค้นจาก

<https://www.pangpond.com/วัฒนธรรมไทย#toc-3>

Nye, J. S. (2004). *Soft power: the means to success in world politics*. New York : Public Affairs.

SPRING NEWS. (2567). *คัลเลน-พ็อง ผู้ทรงอิทธิพลบนโซเชียล คว้าออกเ็นเกจเมนต์สูง 20 ล้านครั้ง*. สืบค้นจาก <https://www.springnews.co.th/news/entertainment/846717>

Thaniya1988. (2566). *8 สิ่งในไทยที่ดังไปไกลทั่วโลก*. สืบค้นจาก <https://thaniya1988.com/8-things-in-thailand-that-are-so-far-around-the-world/>

Thanayod Lopattananont. (2021). The Role of the Confucius Institutes in Contemporary Thai Society. In *The Tenth Chinese-Thai Strategic Research Seminar Proceedings* (pp. 266-279). Xiamen: Huaqiao University, China Society for Southeast Asian Studies, National Research Council of Thailand, and Thai-Chinese Culture and Economy Association.

The MATTER Team. (2567). *จริงๆ อันนี้ คือ DATA คัลเลน พี่จอง และผองเพื่อน*. สืบค้นจาก <https://thematter.co/entertainment/cullen-hateberry-and-friends-data/221676>

THE STANDARD. (2567). *บรรยากาศ คัลเลน-พี่จอง ปรากฏตัวครั้งแรกที่สยามสแควร์*. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=Oh7RtwYZ2no>