

Received: 04-12-2022

Revised: 13-02-2023

Accepted: 28-02-2023

ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน

Squid Game Phenomenon: Forms and the Projections of Culture in Communication via Entertainment Media Impacting in Soft Power Level

ธีรวัช เจนวัชรักรักษ์^{*1}

Theethavat Janevatcharak

thyjey@gmail.com

บทคัดย่อ

สืบเนื่องมาจากปรากฏการณ์ที่ภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้รับความนิยมสูงสุดในการรับชม จนกระทั่งทำให้เกิดกระแสที่เกี่ยวข้องตามมาในหลายประเทศทั่วโลก งานวิจัยเรื่อง ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game และ (2) ศึกษาวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game เพื่อสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อบันเทิงของประเทศไทย ในการสื่อสารวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนได้ต่อไป โดยงานวิจัยชิ้นนี้มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบวัฒนธรรมที่ปรากฏในสื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game มีทั้งรูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ ได้แก่ อาหารและการรับประทานอาหารที่มีปรากฏอยู่ในทั้ง 9 ตอน ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ที่อยู่อาศัยและสถานที่ทั้งที่มองเห็นได้และมีการกล่าวถึงในเรื่อง เครื่องมือเครื่องใช้ตลอดจนการสร้างเครื่องแบบและสัญลักษณ์ของตัวละคร และการค้าและเศรษฐกิจที่นำเสนอผ่านเงินวอนเกาหลีที่ปรากฏในทุกตอน นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ ทั้งในระดับอัตวิสัย และระดับสังคม ได้แก่ ภาษาศาสนาความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต ปรัชญา กฎและระเบียบ โครงสร้างทางสังคม และพิธีกรรม ซึ่งวัฒนธรรมในทั้ง 2 ลักษณะ มีการนำเสนอผ่านองค์ประกอบของสื่อบันเทิงคดีทั้ง 6 ส่วน วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ มีการนำเสนอผ่านโครงเรื่อง ฉาก และบรรยากาศเป็นหลัก ส่วนวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ มีการนำเสนอผ่านบทสนทนา และตัวละครเป็นหลัก นอกจากนี้ แก่นของเรื่องยังนำเสนอวิถีชีวิตและค่านิยม ของผู้คนภายใต้ระบบทุนนิยม โดยมีปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำ และเศรษฐกิจเป็นประเด็นหลัก อันเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่กับผู้คนทั่วโลก ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ รวมถึงอารมณ์ของผู้รับสารโดยไม่ขึ้นกับพื้นที่ ช่วงวัย หรือลักษณะทางประชากร จึงเป็นปัจจัยเสริมแรงตามหลักจิตวิทยามนุษย์ที่ทำให้ภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้รับความนิยมแพร่หลาย และเกิดการผลิตซ้ำจนเกิดเป็นผลในระดับอำนาจอ่อนในระดับโลก

คำสำคัญ: อำนาจอ่อน, วัฒนธรรม, สควิด เกม, สื่อบันเทิงคดี, การสื่อสาร

^{*} Corresponding Author

¹ สถาบันการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University

Abstract

According to the highest popularity of Netflix's Squid Game series to another Korean wave phenomenon across the planet, the research *Squid Game Phenomenon: Forms and the Projections of Culture in Communication via Entertainment Media Impacting in Soft Power Level* was conducted with the objectives: (1) to study the forms of Korean culture mentioned in the entertainment media, and (2) to study the approaches of cultural projections in entertainment media in order to be the guideline for Thailand's entertainment industry to develop the cultural communication creating the further impact toward the soft power level. The qualitative methods were employed in this research with the content analysis approach applied to 9 episodes of Squid Game series, and document analysis.

The results revealed that forms of Korean culture mentioned in the media were in material culture such as food and dining habits which appeared differently in all 9 episodes, housing and places which were mentioned in both tangible and via-dialog forms, tools equipment symbols and clothing, and trading and economics which could be seen via the Korean banknotes in all episodes. Yet, there were non-material cultures in 2 levels – the subjective culture, and social culture – such as languages, religions and beliefs, values, norms, philosophy, rules and regulations, social structures, and rituals. Both material and non-material cultures were projected via all 6 components of entertainment media. Material culture was projected via the plot, settings, and atmosphere in the series, whereas non-material culture was mainly projected via dialogs and characters. The series' theme was projecting the norms and values of people under the capitalist system in the society, inequality, and economic despair which were the current situations globally encountered by people. Hence, the content in the series corresponded to the attitudes, experiences, and emotions of people without the factors of location, age, or demographic. This followed the psychological principles of persuasion making the Squid Game series get its maximum popularity including the global scale soft-power-level reproductions.

Keywords: soft power, culture, Squid Game, entertainment media, communication

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ร้อยละ 95 ของผู้รับชมภาพยนตร์ชุด Squid Game ผลงานการกำกับของ ฮวง ดง ฮยุก (Hwang Dong-Hyuk) จากการออกอากาศทางระบบสตรีมมิ่ง Netflix อาศัยอยู่นอกประเทศเกาหลีใต้ ด้วยการรับชมจำนวนสูงถึง 142 ล้านครัวเรือนทั่วโลก 111 ล้านบัญชีผู้ใช้งาน สร้าง Impact Value ได้ราว 891.1 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็น 41.7 เท่าของต้นทุนในการสร้างที่ 21.4 ล้านเหรียญสหรัฐ และยังเป็นครั้งแรกที่ภาพยนตร์ชุดจากประเทศเกาหลีใต้ได้ขึ้นสู่อันดับสูงสุดของการจัดอันดับในประเทศสหรัฐอเมริกา หลังจากออกอากาศ (Williams, 2021; Moon, 2021) ปรากฏการณ์ Squid Game จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การยืนยันความสำเร็จของกลยุทธ์สื่อสตรีมมิ่งอย่าง Netflix เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องยืนยันถึงขีดความสามารถในการสื่อสารวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่สามารถไปได้ไกลเกินขอบเขตภาคพื้นเอเชีย – แปซิฟิก (Lai, 2021) ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วราวปี ค.ศ. 2000 กับปรากฏการณ์ Hallyu (ฮันรยู) (Kang, 2022) หรือ Han Liu ในภาษาจีนซึ่งแปลว่า คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Sae-ung, 2019)

การเกิดขึ้นของคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีครั้งแล้วครั้งเล่า มีรากฐานส่วนหนึ่งมาจากนโยบายทางด้านวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ Korea: Culture, Creativity, and Content ซึ่งรัฐบาลเกาหลีใต้ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในวงการภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง การออกแบบ และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศ จากกระแสเพลง K-Pop และกระแส K-

Drama ซึ่งรวมไปสินค้าจากประเทศเกาหลีใต้ อาหารเกาหลี และเนื้อหาที่เป็น K-Content ต่างๆ โดยมีแรงเสริมจากรูปแบบของการสื่อสารแบบออนไลน์ที่เข้ามาเป็นส่วนช่วยทำให้กระแสวัฒนธรรมเกาหลีถูกพัดพาไปไกลและกว้างมากยิ่งขึ้นจนมีตัวอย่างในเชิงประจักษ์นิยมในระดับโลก ตั้งแต่วัฒนธรรม K-Pop ภาพยนตร์รางวัลออสการ์อย่าง Parasite จนมาถึง Squid Game ในปี 2564 (Sae-ung, 2019; Kang, 2022) นอกจากนี้ ด้วยจังหวะเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศช่วงฮาโลวีน กระแสภาพยนตร์ Squid Game ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุด Squid Game เช่น เครื่องแต่งกายของผู้เล่น ผู้คุมในเกม และสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุดเป็นสิ่งที่ต้องการเพิ่มสูงขึ้น (Statt, 2021) อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ยังมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นการผลิตซ้ำในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ Squid Game ทาง TikTok ทั้งการทำท่าทางเลียนแบบ หรือใช้เสียงเพลงประกอบที่มาจากภาพยนตร์ชุด การสร้าง Meme จากฉากในภาพยนตร์ชุด ที่มีการสื่อสารแบบเกาะกระแสของภาพยนตร์ชุด Squid Game เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ระหว่างกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ (Lai, 2021) ทั้งสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุด รวมถึงเนื้อหาที่แพร่กระจายอยู่ในโลกออนไลน์ จึงกลายเป็น “การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ” อันเกิดจากกระแส และความต้องการของผู้คน จนแพร่กระจายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ จนกลายเป็นวงกว้างระดับโลก

นอกจากสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือ Meme ในหลายประเทศได้มีการผลิตซ้ำเกมที่อยู่ในเนื้อหาของภาพยนตร์ขึ้นจริง โดยให้ผู้เล่นสามารถเข้ามาเล่นได้จริง โดยมีการปรับรูปแบบของเกมให้มีความอันตรายน้อยลง แต่ยังคงรักษาลักษณะของเกมไว้ ทั้งเกม Red Light, Green Light เกมแคะน้ำตาล เกมคว่ำกระดาด เกมลูกแก้ว เกมชักเย่อ รวมไปถึงเกมปลาหมึก (Squid Game) ที่เป็นเกมสุดท้ายในภาพยนตร์ชุด นอกจากนี้ ในบางประเทศยังได้ผลิตซ้ำลักษณะของเกมปรากฏในภาพยนตร์ชุดและประยุกต์เข้ากับโปรแกรมการมองเป็นแบบความจริงเสมือนแบบสามมิติอีกด้วย ในแต่ละประเทศเองมีการปรับกฎและกติกา รวมถึงค่าเข้าร่วมสนุกให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสังคมนั้นๆ เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดให้ผู้เล่นสามารถร่วมสนุกเป็นกลุ่มตั้งแต่ 2 – 6 คน มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป โดยมีค่าร่วมเล่นเกม 21.99 – 39.99 ดอลลาร์สหรัฐ (ขึ้นอยู่กับเมืองที่จัด) ในขณะที่ประเทศอังกฤษมีการจัด Real-Life Squid Game ขึ้นที่ 3 เมืองใหญ่ คือ Manchester, Essex และ London โดยผู้เล่นสามารถร่วมสนุกได้เป็นกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน อายุ 16 ปีขึ้นไป ค่าร่วมเล่นเกมเริ่มต้นที่ 34 ปอนด์ หรือในประเทศสหรัฐอเมริกาหับอิมิเรต ได้มีการจัด Real-Life Squid Game ขึ้นเช่นกัน ในกิจกรรมของศูนย์วัฒนธรรมเกาหลี เมืองอาบู ดาบี โดยมีผู้เข้าร่วมเล่นเกม 2 กลุ่ม กลุ่มละ 15 คนที่จะเล่นเกมต่างๆ จากในภาพยนตร์ชุด และยังมีกลุ่มผู้คุมเกมที่แต่งกายลักษณะเดียวกันกับที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดด้วย (Farrant, 2021; Bisset, 2021; Hornbuckle, 2022; Spangler, 2022; Poisuo, 2022) จะเห็นได้ว่า นอกจากการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้อย่าง ผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้า หรือการหยิบเนื้อหาบางส่วนบางตอนจากในภาพยนตร์ชุดมาปรับเป็นเนื้อหาในสื่อออนไลน์แล้ว ในหลายๆ ประเทศที่ไม่ได้มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมใกล้เคียงกันกับวัฒนธรรมเกาหลี ยังมี “การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเชิงประสบการณ์” ผ่านการละเล่นในเกมจากภาพยนตร์ชุด เพื่อให้ผู้ที่รับชมภาพยนตร์ชุดได้เข้ามาสัมผัสและมีส่วนร่วมไปกับสิ่งที่ป็นความรู้สึกผ่านการละเล่นต่างๆ อันเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ อีกด้วย

สิ่งที่น่าสนใจคือ ความสำเร็จโดยมากของ Squid Game ที่มีความเป็นชีวภาพ (Organic) กล่าวคือ มีการถ่ายทอดกันผ่านการบอกต่อของผู้ชม (Word Of Mouth) ผ่านการวิพากษ์ และการชื่นชมของผู้ที่ได้รับชมแล้ว (Statt, 2021) ซึ่งในความเป็นจริงการวางเรื่องราวในลักษณะ Death Game Genre ไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในสังคม หากแต่เป็นรูปแบบโครงเรื่องที่ผู้ชมมีความคุ้นชินอยู่แล้ว คล้ายกับภาพยนตร์หลายเรื่องที่มีการผลิตและเผยแพร่ก่อนหน้านี้ โดย Williams (2021) ได้ยกตัวอย่างลักษณะภาพยนตร์ที่มีการวางโครงเรื่องคล้ายกัน ได้แก่ Battle Royal จากญี่ปุ่น Hunger Games และ Maze Runner จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเมื่อพิจารณาในองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อบันเทิงคดีที่ประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ แก่นของเรื่อง การวางเรื่อง ตัวละคร บทสนทนา ฉาก และบรรยากาศ (Pisamorn, 2021) พบว่า แก่นของเรื่อง หรือ Theme มีนำเสนอปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่ไม่ได้รับการแก้ไขมายาวนานของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งวิกฤติทางเศรษฐกิจเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหลายประเทศทั่วโลกเช่นกัน (Williams, 2021; Lai, 2021) โดยแก่นของเรื่องดังกล่าว ถูกถ่ายทอดผ่านการวางเรื่อง ตัวละคร บทสนทนา และฉาก ที่ทำให้ตัว

ละครที่มีความแตกต่างกันทั้งอายุ วัย เพศ แต่มีความต้องการในชีวิตอย่างเดียวกัน คือต้องการหลุดพ้นจากความเหลื่อมล้ำ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตั้งแต่ความพื้นฐานทางร่างกาย (Physiological Needs) ไปสู่การบรรลุเป้าหมายบางอย่างในชีวิตของตัวเอง (Self-Actualization) อันเป็นพื้นฐานความต้องการของชีวิตมนุษย์จากระดับล่างสุดสู่ระดับสูงสุดตามแนวคิดทางจิตวิทยาของ Abraham Maslow (Spielman, 2017; Rodriguez, 2020) ต้องเผชิญกับเหตุการณ์ขัดแย้งระหว่างกัน ในตัวเอง ผ่านเกมที่เล่น แข่งขัน ผ่านความรู้สึกที่ต้องการเป็นผู้ชนะเพื่อ “เงินรางวัล” ที่จะสามารถแก้ไขความเหลื่อมล้ำนั้นได้ ผ่านความเชื่อ วิถีชีวิต ค่านิยมบางอย่างทั้งในระดับปัจเจก และกลุ่ม ตลอดจนผ่านอารมณ์ต่างๆ โกรธ เห็นใจ ความเดียวดาย ความต้องการเป็นที่ยอมรับ (Kang, 2022) อันเป็นความรู้สึกที่มนุษย์ทุกคนมีได้ โดยไม่ยึดติดกับสัญชาติ เชื้อชาติ พันพทางสังคม หรือสถานภาพทางสังคมใดๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Universal Truth อันเป็นพื้นฐานของการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องสำหรับแบรนด์ ที่มุ่งไปสู่การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกที่มนุษย์ทุกคนสามารถสัมผัสได้ โดยไม่มีกำแพงจากปัจจัยด้านลักษณะประชากรมาเกินไป ผู้คนจึงจะสามารถเชื่อมต่อกับเรื่องราวเหล่านั้นได้ โดยความเป็นปัจเจก (Rodriguez, 2020) จนมีคำกล่าวว่า ผู้คนไม่ว่าใครสามารถเข้าใจเรื่อง Squid Game ได้ โดยไม่มีกำแพงหนา 2 นิ้วของคำบรรยาย (Subtitle) ด้านล่าง (Kang, 2022)

เมื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่ว่าใครก็สามารถเข้าถึงได้ ผ่านแก่นของเรื่องที่สามารถสัมผัสได้โดยประชากรในประเทศส่วนใหญ่ของโลก เท่ากับผู้คนเหล่านั้น ต่างมีทัศนคติ ชีวิต และประสบการณ์ รวมถึงอารมณ์ ความรู้สึก และความต้องการต่างๆ ในชีวิต ร่วมกันกับเรื่องราวโดยปริยาย “จุดร่วม” นี้กลายมาเป็น “จุดเริ่ม” ของการถูกโน้มน้าวใจ หรือจูงใจเพื่อให้เกิดความคล้อยตาม หรือการกระทำบางอย่างได้ตามหลักจิตวิทยา โดย Souter (2007) ระบุว่า หากเนื้อหาที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารนั้น สามารถรับรู้ถึงทัศนคติ และประสบการณ์ ที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับสารมีอยู่ ผู้รับสารจะมีการเปิดรับและมีโอกาสถูกชักจูงได้ง่ายขึ้นในการโน้มน้าวใจอีกด้วย และเมื่อเกิดการโน้มน้าว จูงใจ โดยไม่เกิดการบังคับได้แล้ว ผู้ชมจึงเปิดรับสื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game อันแฝงไปด้วยวัฒนธรรมต่างๆ ของประเทศเกาหลีใต้ทั้งที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุ จนเกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วม อยากสัมผัส อยากเป็นส่วนหนึ่ง ผ่านการผลิตซ้ำดังกล่าวข้างต้น จนเกิดเป็นกระแสวัฒนธรรมเกาหลีดังกล่าวข้างต้น ทำให้เกาหลีได้รับชื่อว่าเป็น “ผู้ส่งออกวัฒนธรรม” ไปสู่ระดับโลกอย่างชัดเจน (Kang, 2021) จนทำให้ผู้คนทั่วโลกต่างตกอยู่ใต้ “อำนาจ” ของสื่อภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน จนเกิดการผลิตซ้ำนับครั้งไม่ถ้วน

ในเชิงอำนาจ Nye (1990) ที่ระบุเรื่องอำนาจ (Power) ไว้ว่า “อำนาจ” ย่อมหมายถึง ความสามารถที่จะกระทำการใดบางอย่าง เพื่อควบคุมสิ่งอื่น และเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการ ซึ่งในทางรัฐศาสตร์แล้ว ความสามารถในการควบคุมสิ่งอื่นมักถูกเชื่อมโยงไปกับการเข้าไปเป็นเจ้าของแหล่งทรัพยากร ดินแดน ประชากร กองกำลังทหาร หรือเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งอำนาจนี้จะถูกใช้ผ่านแหล่งทรัพยากรได้ทั้งแบบที่จับต้องได้ (Tangible Resources) อย่างที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประชากรและแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ อุตสาหกรรม เกษตรกรรม กองกำลังทหาร และแบบจับต้องไม่ได้ (Intangible Resources) อย่างคุณค่าที่สังคมยึดถือ การทูต ท้องคร์ บุคคล หรือหน่วยงานมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนรูปแบบอำนาจไปสู่ผลลัพธ์ทางพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดย อำนาจได้ถูกจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ อำนาจแข็ง (Hard Power) และอำนาจอ่อน (Soft Power) (Nye, 2021; Yavuzaslan, & Cetin, 2014) ซึ่งปรากฏการณ์ Squid Game ที่เกิดขึ้นทั่วโลกโดยปราศจากการบังคับ หรือใช้กำลังให้เกิดขึ้นดังกล่าว เป็นไปตามนิยามของ “อำนาจอ่อน” กล่าวคือ การกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่ต้องการ ด้วยวิธีการสร้างวาระ (Creating Agenda) ผ่านนโยบาย สถาบันทางสังคม ประวัติศาสตร์ เนื้อหา วัฒนธรรม รูปแบบสังคม วิทยาศาสตร์ คุณค่า ศิลปะ กีฬา เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกสนใจจากดินแดนอื่น จนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะเป็นแบบนั้นผ่านความรู้สึกเชื่อใจ เชื่อชนวนให้ทำ ให้เป็น ให้ชื่นชอบและชื่นชม อันนำไปสู่ความยินดีที่จะปฏิบัติตามความต้องการของดินแดนหนึ่ง โดยไม่จำเป็นต้องมีข้อแลกเปลี่ยน หรืออ้างขอ อันเป็นอำนาจเชิงดึงดูด (Attractive Power) อันนำไปสู่การยอมรับโดยุษย์ (Acquiescence) หรืออาจกล่าวได้ว่า อำนาจแข็ง คือการ “ผลัก(อำนาจ)ออกไป” ส่วนอำนาจอ่อน คือการ “ดึง(ความสนใจ)เข้ามา” (Huang, 2022; Yavuzaslan, & Cetin, 2014; Sukonthasup, 2018; Nye, 2021) ซึ่งในการสร้างอำนาจอ่อนให้เกิดขึ้น Nye ได้ระบุองค์ประกอบสำคัญเรียงลำดับจากมากที่สุดไป

หาน้อยที่สุดไว้ 3 ส่วน ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ความเชื่อทางการเมือง (Political Belief) และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy) โดย Nye กล่าวว่า “วัฒนธรรม” ที่ถูกเลือกหรือหยิบยกขึ้นมาใช้ สามารถสร้างความดึงดูดให้เกิดขึ้นได้ (Huang, 2022; Yavuzaslan, & Cetin, 2014)

ในแง่ของวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตมนุษย์ตั้งแต่การคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ขนบ การปฏิบัติ สิ่งที่ยึดถือ โครงสร้างทางสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดขึ้นอย่างมีระบบจากความเข้าใจ ประเพณี หรือค่านิยม บางอย่าง (Wood, 2009) ซึ่งหากพิจารณาจากการกล่าวถึงวัฒนธรรมในภาพยนตร์ชุดเรื่อง Squid Game ที่ได้กล่าวมาข้างต้น พบว่า วัฒนธรรมสามารถแยกออกได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ สิ่งของ อาหาร เงินตรา เป็นต้น และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) ได้แก่ วิถีชีวิต ความเชื่อ ศาสนา เป็นต้น ซึ่งวัฒนธรรมที่ไม่ใช่ วัตถุ ยังสามารถแยกย่อยเป็น วัฒนธรรมระดับอัตวิสัย (Subjective Culture) และวัฒนธรรมระดับสังคม (Social Culture) (Wood, 2009; Northeast Wisconsin Technical College, n.d.) โดยมี ศาสนา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจหรือระดับชนชั้นใน สังคม และภูมิภาคที่อยู่อาศัยของบุคคลนั้น อันเป็นอิทธิพลก่อให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมอีกด้วย (Cohen, 2009)

ถึงแม้ว่า “วัฒนธรรม” จะเป็นวัตถุดิบของการสร้างอำนาจอ่อนได้ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า วัฒนธรรมจะทำให้เกิดพลังใน ระดับอำนาจอ่อนเสมอไป การนำเสนอวัฒนธรรมสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญ (Sukonthasup, 2018) สิ่งที่ทำให้อำนาจอ่อนมีความซับซ้อนมากกว่าอำนาจแข็ง คือ อำนาจอ่อนขึ้นอยู่กับการยอมรับของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ (Nye, 2021) หากวัฒนธรรมหรืออุดมการณ์นั้น มีความดึงดูด น่าสนใจ ผู้คนก็มีโอกาสที่จะทำตามได้อย่างเต็มใจและต้องการที่จะทำให้เกิดขึ้น (Nye, 1990) การนำเสนอผ่านศิลปะไทยผ่านการแสดงหรือการออกอากาศเป็นครั้งคราว (One-Off) เป็นการส่งออกที่ไม่ได้มีการปรับเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ย่อมก่อให้เกิดเพียงการรับรู้ (Acknowledgement) และการชื่นชม (Appreciation) เท่านั้น แต่ไม่ก่อให้เกิดผลในระดับอำนาจอ่อนแต่อย่างใด ซึ่งการวัดผลกระทบของอำนาจอ่อนประการแรกคือ ความเป็น “ระดับโลก” และ วัดผ่านตัวชี้วัดเชิงรูปธรรมมากกว่าวัดจากจำนวนกิจกรรมหรือโครงการที่รัฐบาลจัดขึ้นในทุกปี (Yavuzaslan, & Cetin, 2014; Sukonthasup, 2018) ภาพยนตร์ชุด Squid Game จึงเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ชิ้นล่าสุดที่ส่งผลดีในเชิงเศรษฐกิจ ตลอดจนเป็นตัวอย่างของการเป็นผู้ส่งออกทางวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี และกลายมาเป็น “อำนาจอ่อน” ที่สามารถโน้มน้าวใจให้คนทั่วโลกหันมาสนใจ จนเกิดการผลิตซ้ำในวงกว้าง สะท้อน “ความรู้ร่ายทางข้อมูล” ที่เป็นการเปลี่ยนผ่านของอำนาจจาก “ความรู้ร่ายทางทุนทรัพย์” (Nye, 1990) อันเป็นต้นทุนที่ดีในการสร้างแรงกระเพื่อมทางอำนาจ จนทำให้ ภาพยนตร์ชุด Squid Game กลายมาเป็นกรณีศึกษาในการเลือกเฟ้นและสื่อสารวัฒนธรรมที่สามารถสร้างผลกระทบในเชิงอำนาจอ่อนได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game
2. เพื่อศึกษาวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game

นิยามศัพท์

รูปแบบวัฒนธรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง ลักษณะต่างๆ ของวัฒนธรรมทั้งแบบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ แบ่งออกเป็น (Wood, 2009; Northeast Wisconsin Technical College, n.d.; Cohen, 2009; Horn, n.d.)

- (1.) วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องมือเครื่องใช้ และ วัฒนธรรมการค้าและเศรษฐกิจ
- (2.) วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) สามารถแยกย่อยออกได้เป็น

2.1 วัฒนธรรมแบบอัตวิสัย (Subjective Culture) ได้แก่ ภาษา ศิลปะ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ศาสนาและความเชื่อ ค่านิยมส่วนตัว วิถีชีวิตแบบ Informal Norms และปรัชญา

2.2 วัฒนธรรมแบบสังคม (Social Culture) ได้แก่ ภาษา กฎหรือข้อบัญญัติในกลุ่ม โครงสร้างทางสังคมหรือครอบครัว ค่านิยมของกลุ่ม วิถีชีวิตแบบ Formal Norms และพิธีกรรม

การนำเสนอวัฒนธรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึง การใช้ภาพยนตร์ชุด Squid Game เป็นเครื่องมือเพื่อสอดแทรกวัฒนธรรมลงในเนื้อหาด้วยกลวิธีต่างๆ อย่างแนบเนียนและมีประสิทธิภาพ โดยผ่านองค์ประกอบของสื่อบันเทิงคดีภาพยนตร์ชุด Squid Game

สื่อบันเทิงคดี ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง องค์ประกอบทั้ง 6 ส่วน คือ แก่นของเรื่อง (Theme) โครงเรื่อง (Plot) ตัวละคร (Character) บทสนทนา (Dialogue) ฉาก (Setting) และบรรยากาศ (Atmosphere) (Pisamorn, 2021) จากภาพยนตร์ชุดเรื่อง Squid Game ผลงานการกำกับของ ฮวง ดง ฮยุก (Huang Dong-Hyuk) ออกอากาศผ่านทางช่องทางสตรีมมิ่ง Netflix จำนวนทั้งสิ้น 9 ตอน

อำนาจอ่อน (Soft Power) ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง กระแส Hallyu หรือ กระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี ที่ทำให้เกิดการรับชม ความนิยม การผลิตสินค้า สื่อ หรือกิจกรรมใดๆ จากทั่วโลกอันเป็นผลจากการออกอากาศของภาพยนตร์ชุด Squid Game

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. เห็นถึงรูปแบบต่างๆ ของวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ที่สื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่สร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนได้ทั่วโลก
2. เห็นถึงแนวทาง กลวิธี การนำเสนอวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ ที่สื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่สร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนได้ทั่วโลก
3. ได้แนวทางในการเลือกรูปแบบและแนวทางการนำเสนอวัฒนธรรมไทย เพื่อปรับใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีได้ต่อไปในอนาคต

วิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์จากภาพยนตร์ชุด Squid Game ที่ออกอากาศทางระบบสตรีมมิ่ง Netflix ทั้งสิ้น จำนวน 9 ตอน ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็น coding sheet เพื่อการจดบันทึก โดยแบ่งการจดบันทึกข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ลักษณะทางวัฒนธรรมที่พบในเรื่อง ทั้งแบบวัฒนธรรมเชิงวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ และวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2565 โดยผู้วิจัย จะทำการรับชมภาพยนตร์ชุด Squid Game ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ (ทั้ง 9 ตอน) พร้อมทำการจดบันทึกข้อมูลทั้งเรื่อง รูปแบบวัฒนธรรม และการนำเสนอวัฒนธรรม ผ่านองค์ประกอบทั้ง 6 ในสื่อบันเทิงคดี เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

รูปแบบของวัฒนธรรมประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด Squid Game

จากการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game พบรูปแบบของวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัฒนธรรมเชิงวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ ทั้งในรูปแบบอัตวิสัย และแบบสังคม ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
ตอนที่ 1	อาหาร	ข้าวกับเครื่องเคียงในถ้วย พลาสติก ไก่ทอดเกาหลี สเต็ก ด็อกปากกี กิมจิ ยำสาหร่าย ปลาย่าง	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การใช้โทรศัพท์มือถือ การบันทึกภาพถ่ายในมือถือ หุ่นยนต์ตรวจจับการเคลื่อนไหว เพลงแจ๊ส	บุญ/บุญติดของกลุ่ม	การจ่ายดอกเบี้ยด้วยการทำ ร้ายร่างกาย / อวัยวะใน ร่างกาย การยอมรับในเสียงส่วนมาก
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	ห้องเช่าของตัวละครชาวขงรอก สนามแข่งม้า ร้านตุ๊กตาคูกตา โรงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ทางเดินไป Game Hall ผนังวาดเป็นรูปทงูใหญ่ เกาะร้างกลางทะเล	ศาสนา ความเชื่อ	ตัวเลขนำโชคในชีวิต ศาสนาพุทธ การปฏิเสธรูปพระเจ้า	โครงสร้างสังคม	ครอบครัวที่ไม่สมบูรณ์ การแต่งงานใหม่ ครอบครัวพ่อเลี้ยง ลูกเลี้ยง ความหลากหลายทาง พื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของ ผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	เสียงกลองและเครื่องเป่า เส้นขีดที่พื้นในเกมปลาหมึก หนังสือวัฒนธรรมม้าแข่ง การเล่นเกมน “ตีกี” นามบัตรรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม รถยนต์ Hyundai เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่นเกม การเล่นเกมน “AEIOU”	ค่านิยม	การหาเงินจากการพนัน ความเอื้อเฟื้อต่อสัตว์แม่ตนเอง อยู่ในสภาวะลำบาก ผู้สูงอายุควรมีชีวิตที่สุขสบาย การใช้กำลังเพื่อตัดสิน	ค่านิยม	การหาเงินจากการพนัน ความต้องการมีชีวิตที่ดีขึ้น
			วิถีชีวิต	ผู้สูงอายุยังต้องทำงานอยู่ การปิดบังเรื่องการสูบบุหรี่ การเป็นหนี้ที่ไม่สามารถชดใช้ ได้ จากการทำงานเพียง อย่างเดียว	วิถีชีวิต	การกู้หนี้ยืมสินของครอบครัว การเป็นหนี้ที่ไม่สามารถชดใช้ การใช้นักโทษแทนการสัญญา การเพิกเฉยต่อการใช้กำลัง
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี บัตรกดเงินสด	ปรัชญา	ความพยายามของคนเป็นพ่อ ที่จะสร้างครอบครัวที่สมบูรณ์ แบบในทุกวิธีที่ทำได้	พิธีกรรม	การกล่าวต้อนรับ การลงชื่อในเอกสารยินยอม

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
ตอนที่ 2	อาหาร	รามยอนกิ่งสำเร็จรูป อาหารอเมริกา โซจู	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอิสลาม ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การแกะรอยจากโทรศัพท์มือถือ การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ ระบบประตูห้องอัตโนมัติ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	การได้มติดด้วยเสียงส่วนใหญ่ การกำหนดมูลค่าของชีวิตผู้เล่น การชดใช้หนี้ด้วยอวัยวะสำคัญ
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โรงแรมหรูแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ตึกระฟ้าใจกลางกรุงโซล ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำในตลาด แม่น้ำฮัน ห้องในอาคารพักอาศัยระดับบน	ศาสนา ความเชื่อ	-	โครงสร้างสังคม	ผู้คนมีต้นทุนในชีวิตที่ต่างกัน บางคนยังเหลือครอบครัว แต่บางคนไม่มีแม้แต่บ้านให้กลับ ครอบครัวที่ขาดเสาหลัก การเอาเปรียบแรงงานต่างด้าว
	เครื่องมือเครื่องใช้	โรงศพล่องดำโบว์สีชมพู สัญลักษณ์วงกลม และกากบาท นามบัตรมีรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม การสวมชุดสูท การคลุมฮิยาฟของสตรีอิสลาม	ค่านิยม	การกล่าวขอบคุณผู้ช่วยเหลือ การไม่อยากทำให้ครอบครัวผิดหวัง ความเป็นอยู่ของครอบครัว สำคัญกว่าสุขภาพตัวเอง ความตายอาจเป็นทางหลุดพ้นจากความเหนื่อยยาก	ค่านิยม	การเชื่อมั่นในระบบยุติธรรมและสันติบาล การจ่ายภาษีเป็นหน้าที่ การจบการศึกษาในต่างประเทศเป็นความภูมิใจของครอบครัว
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	คำพูดและการกระทำอาจตรงข้ามกันได้ การสูบบุหรี่	วิถีชีวิต	การยังมีภาระครอบครัวต้องดูแล การใช้วิถีทางประชาธิปไตย การเชื่อมความสัมพันธ์อันดีด้วยการดื่มโซจูด้วยกัน การไถ่ค่านับเพื่อขอบคุณ
			ปรัชญา	ชีวิตของคนไม่อาจประเมินมูลค่าได้เป็นเงิน แม้จะมากเท่าใดก็ตาม เงินไม่ใช่ทางออกของทุกปัญหา	พิธีกรรม	การลงมติตามความเห็นของตน การต่อแถวเข้าคิวเป็นระเบียบ
	อาหาร		ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
	อาหาร		ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
ตอนที่ 3	อาหาร		ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
		อาหารในกล่องเหล็ก ข้าวสวย ไข่ดาว เครื่องเคียงผักดอง ยำ สำหรับ การนั่งล้อมวงทานอาหาร อาหารที่จัดมาในถาดหลุม ข้าวสวย ชุปสาหร่าย ผักดอง กิมจิ ขนมบั้งก้อน นมจี๊ด	ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การส่งข้อความผ่าน LINE การเลือกบันทึกข้อมูลในโทรศัพท์มือถือ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	ห้ามพูดกับบุคคลที่ตำแหน่งสูงกว่าหากไม่ได้รับอนุญาต ห้ามเปิดเผยตัวตน
		ท่าเรือ เกาะร้างกลางทะเล โรงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ฉากสนามเด็กเล่นที่มีเครื่องเล่นเด็ก สัญลักษณ์รูปวงกลม สามเหลี่ยม ร่ม และดาว		-		การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มในสังคม การยอมรับความหลากหลายในสังคมและในกลุ่ม ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	รถยนต์ Hyundai เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น การเล่นเกม “แกละน้ำตาล” ตลับวงกลมโลหะ และเข็ม โลศพกกล่องดำโบว์สีชมพู	ค่านิยม	ผู้สูงอายุไม่เหมาะกับการเป็นสมาชิกในกลุ่ม การเข้าร่วมกับกลุ่มที่แข็งแกร่งกว่า จะทำให้ได้เปรียบกว่า การให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลน้อยกว่าตนเอง จะทำให้ตนเองได้เปรียบ การใช้ตัวช่วยอื่นที่ผู้อื่นไม่มีสามารถยอมรับได้ เพื่อให้ตนเองได้เปรียบ	ค่านิยม	การโค้งคำนับเพื่อขอบคุณ การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ให้ผลดีกว่าการอยู่แยกกันเป็นปัจเจก เกมที่เด็กๆ เล่นมีความซับซ้อนน้อย ทุกคนเข้าใจได้ การรู้ข้อมูลที่มากกว่า จะทำให้ตัวเองได้เปรียบ บุคคลย่อมมีการแลกเปลี่ยนบางอย่าง เพื่อให้ตนเองได้เปรียบ
		อนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	การสูบบุหรี่เพื่อผ่อนคลาย	วิถีชีวิต	ชายเกาหลีใต้ล้วนมีประสบการณ์ทางการฝึกทหาร
	การค้า เศรษฐกิจ		ปรัชญา	ทุกชีวิตล้วนมีปัญหาของตัวเองที่บุคคลอื่นอาจไม่เข้าใจ	พิธีกรรม	การต่อแถวเข้าคิวเป็นระเบียบ

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
ตอนที่ 4	อาหาร	ไข่ต้ม น้ำโซดา	ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การเลือกบันทึกข้อมูลในโทรศัพท์มือถือ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	ผู้เล่นไม่จำเป็นต้องเสียชีวิตจากการเล่นเกมก็ทำให้เงินรางวัลเพิ่มได้
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โรงแรมนอนแอดสำหรับผู้เล่นเกม	ศาสนา ความเชื่อ	-	โครงสร้างสังคม	การแสดงอำนาจนำมาซึ่งความกลัวเกรงของคนในสังคม
		โรงสำหรับการเล่นเกมชกเย่อ				กลุ่มสามารถประกอบด้วยสมาชิกที่มีความหลากหลายทั้งเพศ วัย เชื้อชาติ การศึกษา
		ห้องน้ำสำหรับผู้เล่นเกม				ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
		ห้องผ้าศพสำหรับชำแหละอวัยวะ				
		ห้องพักสำหรับผู้คุมเกม				
ตอนที่ 4	เครื่องมือเครื่องใช้	สัญลักษณ์รูปวงกลม สามเหลี่ยม สีเหลี่ยม เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น การเล่นเกม “ชกเย่อ” โลศพกกล่องดำโบว์สีชมพู	ค่านิยม	การทำให้ตนเองได้ประโยชน์โดยไม่ใส่ใจความเดือดร้อนของผู้อื่น การสร้างความหวาดกลัวให้ผู้อื่นจะทำให้ตนเองได้เปรียบ การรู้ข้อมูลที่มากกว่า จะทำให้ตัวเองได้เปรียบ การให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลน้อยกว่าตนเอง จะทำให้ตนเองได้เปรียบ ผู้ชายมักเล่นเกมเก่งกว่าผู้หญิง การปิดบังจุดอ่อนของตน จะทำให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น	ค่านิยม	การระบุด่วนคนกระทำความผิดนำมาซึ่งความเป็นอันตราย การทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มจะทำให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มได้ประโยชน์ การอยู่รวมกลุ่มกับผู้ที่แข็งแกร่งกว่า ย่อมทำให้ตนเองได้เปรียบไปด้วย ผู้สูงอายุและผู้หญิงมักไม่ได้รับความสนใจให้เข้าเป็นสมาชิกในกลุ่ม
ตอนที่ 4	การค้า	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	วิถีชีวิต	การสูบบุหรี่ การทำให้ตัวเองได้เปรียบมากที่สุดจากทรัพยากรที่มีจำกัด	วิถีชีวิต	ผู้คนที่เลือกที่จะไม่ข้องเกี่ยวกับเหตุรุนแรงเพื่อเอาตัวรอด

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
				การสวดอันวอนต่อพระผู้เป็นเจ้า		การทำงานเป็นกลุ่มควรอยู่บนความสามัคคี
			ปรัชญา	ความเห็นแก่ตัวของคนบางกลุ่มทำให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนอื่นได้ กลยุทธ์ที่สามารถขดเขย ความเสียเปรียบของกลุ่มได้	พิธีกรรม	การต่อแถวเข้าคิวเป็นระเบียบ
ตอนที่ 5	อาหาร	ข้าวโพดต้ม	ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	-	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	เมื่อมีการกระทำผิดกฎที่ตั้งไว้ย่อมมีการลงโทษตามมาสำหรับผู้กระทำผิดนั้น
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โรงห้องนอนแออัดสำหรับผู้เล่นเกม ห้องผ้าศพสำหรับชำแหละอวัยวะ	ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อในพระเจ้า ตามหลักคริสต์ศาสนา	โครงสร้างสังคม	โครงสร้างของกลุ่มไม่จำเป็นต้องมีผู้นำ แต่ทุกคนมีความเท่าเทียมกันได้ กลุ่มสามารถประกอบด้วยสมาชิกที่มีความหลากหลายทั้งเพศ วัย เชื้อชาติ การศึกษา ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น	ค่านิยม	แรงงานต่างด้าวมีความเกียจคร้าน หากความสุขใส่ตัวมากกว่าการทำงาน และเข้ามาโดยผิดกฎหมาย การตอบแทนบุญคุณเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำ มนุษย์ยอมทำในสิ่งที่เสี่ยงและผิดกฎ เพื่อให้ตนเองได้ในสิ่งที่ต้องการ	ค่านิยม	ความปลอดภัยของสมาชิกในกลุ่มเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องมี การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ให้ผลดีกว่าการอยู่แยกกันเป็นปัจเจก

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี		มนุษย์มักแสดงความเป็นพวกเดียวกันกับอีกฝ่าย เพื่อให้บรรลุผลในการเจรจาต่อรอง		
			วิถีชีวิต	ผู้คนต่างมีวิถีทางการดำเนินในชีวิตของตนเอง เพื่อสร้างความมั่นคงให้ชีวิตและครอบครัว	วิถีชีวิต	ผู้คนต่างมีวิถีทางการดำเนินในชีวิตของตนเอง เพื่อสร้างความมั่นคงให้ชีวิตและครอบครัว
			ปรัชญา	การทำงานเป็นกลุ่ม สามารถมีความเท่าเทียมกันได้ แม้ในสังคมที่มีความเท่าเทียมที่สุด ก็ยังมีความเหลื่อมล้ำเกิดขึ้นได้จากตัวระบบเอง	พิธีกรรม	การลงโทษผู้กระทำผิดตามกฎหมายที่ได้ระบุไว้
ตอนที่ 6	อาหาร	เครื่องดื่ม Mojito	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การบันทึกภาพด้วยโทรศัพท์มือถือ	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	กฎและข้อบัญญัติของแต่ละกลุ่มย่อยเกิดขึ้นจากความสมัครใจของสมาชิกในกลุ่มย่อยนั้น
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	ห้องโถง Game Hall สีขาวล้วนทั้งหมด ฉากของเกมลูกแก้วจำลองเป็นตรอกซอกซอยที่มีบ้านเรือนตั้งอยู่ด้วยแสงแดดแบบยามเย็น เกาะเซจู ประเทศเกาหลีเหนือ มัลดีฟส์	ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อว่าเพศหญิงถูกสร้างขึ้นจากกระดูกซี่โครงของ Adam ความเชื่อว่า การเป่าลูกแก้วก่อนโยนจะทำให้ลูกแก้วนั้นทำให้เกมชนะได้	โครงสร้างสังคม	ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น
			ค่านิยม	ความเอาใจใส่ผู้อื่น ความมีน้ำใจ และการเสียสละเพื่อช่วยผู้อื่น	ค่านิยม	การไม่ยอมรับคนชราและผู้หญิงเป็นเพื่อนเล่นเมื่อต้องจับคู่กัน การต่อสู้ดิ้นรนของเพศหญิงในสังคม
	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น การเล่นเกม “ลูกแก้ว”		การได้รู้สึกความหลัง สามารถทำให้เกิดความสุขได้		การจับมือเพื่อแสดงการตกลงระหว่างกัน
			วิถีชีวิต	ความจริงใจและความเห็นแก่ผู้อื่น อาจนำมาซึ่งความอันตรายต่อชีวิต	วิถีชีวิต	การมีเพื่อนสนิทไว้เล่นด้วยกัน และสาบานว่าจะเป็นเพื่อนที่ดีต่อกันแบบ “กันบู”
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี				

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
				มนุษย์ยอมหาวิธีให้ตนเองได้เปรียบฝั่งตรงข้าม ไม่ว่าจะด้วยการโกหก หรือการใช้เล่ห์กลบางอย่าง เพื่อให้ตนเองได้ชัยชนะ		การเกี้ยวพาราสีสัญลักษณ์ การเป็น “กันบู” ระหว่างกัน การเล่นเกมที่สามารถพลิกแพลงได้หลายรูปแบบจากอุปกรณ์อย่างเดียวกัน การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ก่อให้เกิดภาพจำบางอย่าง
			ปรัชญา	การไม่มีมิตรแท้ในชีวิต การทำดีต่ออีกฝ่ายอาจจะเคลือบไว้ด้วยอุบายที่แยบยลกว่า ความยุติธรรม ขึ้นอยู่กับใครเป็นฝ่ายได้เปรียบ	พิธีกรรม	การประจานผู้กระทำความผิดของสังคม และบทลงโทษที่ได้รับ เพื่อเป็นเยี่ยงอย่างไม่ให้เกิดการเลียนแบบ
ตอนที่ 7	อาหาร	มันฝรั่งต้ม ไวน์แดง และวิสกี้ สำหรับ VIPs	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ
			การซ่อนโทรศัพท์มือถือไว้ในแขนเสื้อ			
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โถงห้องนอนสำหรับผู้เล่นเกม ห้องรับรอง VIPs ที่ตกแต่งเป็นป่าด้วยต้นไม้ โถงสำหรับเล่นเกมสะพานกระจก	ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การบันทึกภาพเคลื่อนไหวด้วยโทรศัพท์มือถือ	กฎหมาย / ปัญญาประดิษฐ์ของกลุ่ม	การมีกฎ หรือระเบียบ ไม่ได้เป็นเครื่องรับรองว่าจะไม่มีผู้ฝ่าฝืนกฎนั้น
			ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อในพระเจ้า และวันพิพากษา ตามหลักคริสต์ศาสนา ความเชื่อในตัวเลขนำโชค	โครงสร้างสังคม	ความหลากหลายทางพื้นฐานเศรษฐกิจสังคมของผู้เล่น การจัดลำดับก่อนหลัง
	เครื่องมือเครื่องใช้	โลงศพกล่องดำโบว์สีชมพู เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น สัญลักษณ์วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม การเล่น “สะพานกระจก”	ค่านิยม	มนุษย์ควรมีความต้องการเอาชนะความกลัวของตนเองสักครั้งในชีวิต	ค่านิยม	เกมที่เด็กๆ เล่นมีความเรียบง่าย งดงาม ควรรักษาเอาไว้ มนุษย์พยายามหลีกเลี่ยงชีวิตแบบเดิม โดยเชื่อว่าสิ่งที่ทำอยู่จะนำไปสู่ชีวิตใหม่ที่ดีกว่า การสะท้อนว่า เกมการแข่งขันในประเทศเกาหลีนั้นดีที่สุด

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี				ความไม่ต้องการเป็นคนแรก หรือคนสุดท้ายในลำดับแถว
			วิถีชีวิต	การสวดอ่อนวอนต่อพระผู้เป็น เจ้า	วิถีชีวิต	เสี่ยงส่วนน้อยในสังคมจะไม่มี ความหมาย
			ปรัชญา	เรื่องราวโศกเศร้าในชีวิตของ บุคคลกลุ่มหนึ่ง อาจเป็นแค่ ความบันเทิงและเฟลิดเฟลิน ของบุคคลกลุ่มอื่น ที่มี สถานภาพทางสังคมสูงกว่า คนที่มีความรู้ในเรื่องหนึ่ง อาจ ไม่มีความรู้เลยในอีกเรื่องหนึ่ง ก็ได้	พิธีกรรม	-
ตอนที่ 8	อาหาร	โต๊ะอาหารแบบ High Culture ช้อน ส้อม มีด แก้วน้ำ แก้วไวน์ ขนมปัง สแต็ก ชูปครีม	ภาษา	ภาษาเกาหลี	ภาษา	ภาษาเกาหลี
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โกดังนอนสำหรับผู้เล่นเกม	ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ การส่งรูปภาพ และคลิปวิดีโอ ผ่าน LINE	กฎ / บัญญัติของกลุ่ม	กฎที่มีอยู่ อาจไม่สามารถ บังคับใช้ได้กับผู้มีอำนาจสูง
			ศาสนา ความเชื่อ	-	โครงสร้างสังคม	การมีลำดับ และการพึ่งคำสั่ง ของผู้บังคับบัญชา
	เครื่องมือเครื่องใช้	เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุม เครื่องแต่งกายสีเขียวของผู้เล่น ชุดทักษิโด ในกล่องสีดำคาดด้วย โบว์สีชมพู โลศพกกล่องดำโบว์สีชมพู	ค่านิยม	การรู้เท่าทันคน เป็นทักษะที่ทำให้ บุคคลมีชีวิตรอดได้ การไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพ การทำงานของระบบสันติบาล การกำจัดคู่แข่งเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าจะด้วยวิธีใด หรือเวลาใดก็ ตาม	ค่านิยม	การรู้เท่าทันคน เป็นทักษะที่ ทำให้บุคคลมีชีวิตรอดได้ มนุษย์มีเป้าหมายและ ความสำคัญในชีวิตต่างกัน เงิน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำ ให้เป้าหมายเหล่านั้นบรรลุผล ตาม

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)			
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)		ระดับสังคม (Social)	
	การค้า เศรษฐกิจ		วิถีชีวิต	-	วิถีชีวิต	-
		ธนบัตรเงินวอนเกาหลี	ปรัชญา	กฎระเบียบ ข้อบังคับอาจไม่สามารถใช้ได้ หากผู้ฝ่าฝืนกฎเป็นผู้มีอำนาจสูง บุคคลล้วนมีบางแง่มุมของชีวิตที่ไม่อาจเปิดเผยได้ แม้กระทั่งคนในครอบครัว	พิธีกรรม	การจัดเลี้ยงเพื่อแสดงความยินดีในความสามารถและความพยายาม
ตอนที่ 9	อาหาร	ไวน์ ขนมรูปปลาจากรถขายข้างทาง	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง	ภาษา	ภาษาเกาหลี ภาษาอังกฤษ
			ศิลปะ วิทยาศาสตร์	การเดินทางโดยรถไฟใต้ดิน การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ	กลุ่ม / บัญญัติของกลุ่มกฎ / บัญญัติของกฎ	กฎและกติกาในเกม ฝ่ายบุกจะต้องไปเหยียบที่หัวปลาหมึกให้ได้ ส่วนฝ่ายตั้งรับต้องผลักฝ่ายบุกออกนอกเส้นให้ได้
	ที่อยู่อาศัย / สถานที่	โกดังนอนสำหรับผู้เล่นเกม ลานเพื่อเล่น “เกมปลาหมึก” ถนนในเมือง บ้านเช่าของชนชั้นกลาง ร้านขายของชำในตลาด ริมแม่น้ำอันยามค้าคิน ท่าอากาศยาน	ศาสนา ความเชื่อ	ความเชื่อในการไถ่บาปของพระเจ้า ผู้เป็นเจ้าของ ตามหลักศาสนาคริสต์	โครงสร้างสังคม	กลุ่มคนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเหนือกว่า สามารถหาความบันเทิงได้จากกลุ่มคนที่มีสถานภาพต่ำกว่า
			ค่านิยม	ความมั่นใจให้ผู้ที่ลำบากกว่า การไต่ลงไปสัมผัสประสบการณ์ด้วยตนเอง มีค่ากว่าการแค่เป็นผู้ชมอยู่ไกลๆ เชื่อในความถูกต้อง และไม่ต้องการให้เกิดการสูญเสียขึ้นอีก	ค่านิยม	ความผิดความคาดหวังสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกการแข่งขัน
	เครื่องมือเครื่องใช้	เส้นที่พันสนามในการเล่น “เกมปลาหมึก” เป็นการประกอบกันของรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม เครื่องแต่งกายและหน้ากากผู้คุมเกม ชุดทักษิโตซ์ของผู้เล่น 2 คน รถลิμουซีน ดอกกุหลาบ กระดาษสีทองพร้อมสัญลักษณ์ทั้งสาม				
			วิถีชีวิต	การสัญจรโดยรถไฟใต้ดิน ผู้สูงอายุในเมืองต้องใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยวจนวาระสุดท้าย	วิถีชีวิต	สุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นเรื่องอันดับต้นๆ ที่ต้องมีการใช้จ่าย

ตอนที่	วัฒนธรรมเชิงวัตถุ (Material Culture)		วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)	
			ระดับอัตวิสัย (Subjective)	ระดับสังคม (Social)
		การเล่นเกม “ตีกี้” มีกระดาด พับสีแดงและสีน้ำเงิน		
	การค้า เศรษฐกิจ	ธนบัตรเงินวอนเกาหลี บัตรกดเงินสด	เรื่องราวโหดร้ายในชีวิตของ บุคคลกลุ่มหนึ่ง อาจเป็นแค่ ความบันเทิงและเพลิดเพลิน ของบุคคลกลุ่มอื่น ที่มี สถานภาพทางสังคมสูงกว่า ทรัพย์สินเงินทอง ไม่สามารถ แลกชีวิตของผู้ที่เป็นที่รักให้ กลับมาได้ สิ่งที่คนไม่ควรรายหรือจนมีได้ เท่ากัน คือ “ชีวิต”	พิธีกรรม การเลือกลำดับการเล่น ก่อนหลัง และการเลือกฝั่ง ด้วยการโยนเหรียญ

จากตารางข้างต้น ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบวัฒนธรรมประเทศเกาหลีใต้ที่พบในภาพยนตร์ชุด Squid Game สามารถพบได้ทั้ง 2 ลักษณะ คือ ทั้งวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) โดยพบรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

1. วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture)

วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุที่มีการพบได้ในทุกตอนของภาพยนตร์ชุด คือ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การรับประทาน อาหาร และวัฒนธรรมการค้าและเศรษฐกิจ (ในที่นี้คือเงินวอน) วัฒนธรรมอาหารที่มีการบรรจุเข้าไปในเรื่องราว มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งอาหารที่เป็น Street Food ของเกาหลี เช่น ขนมรูปปลาที่สามารถหาซื้อได้ตามรถเข็นขายข้างทาง (ตอนที่ 9) อาหารที่เป็นอาหารพื้นฐานของครอบครัวเกาหลีใต้ ทั้งกิมจิ ยำสาหร่าย ที่บรรจุมาในบรรจุภัณฑ์พลาสติกและการล้อมวงรับประทานอาหารกันระหว่างแม่กับลูกชายในครอบครัวชนชั้นกลาง (ตอนที่ 1) วัฒนธรรมการรับประทานอาหารแบบชาวตะวันตกชนชั้นสูงที่ใช้ส้อมและมีด พร้อมทั้งแก้วไวน์ในการรับประทานอาหาร (ตอนที่ 8) การกล่าวถึงเครื่องดื่มที่มาจากวัฒนธรรมตะวันตกอย่าง Mojito (ตอนที่ 6) นอกจากนั้น ยังมีการนำเสนอวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่บ้านของเกาหลี ได้แก่ ไข่ต้ม (ตอนที่ 4) ข้าวโพดต้ม (ตอนที่ 5) และมันฝรั่งต้ม (ตอนที่ 7) การรับประทานข้าวกล้อง ที่บรรจุทั้งข้าวสวย ผักดอง กิมจิมาในกล่องอูมิเนียม และการนั่งล้อมวงรับประทานอาหารกล่องในกลุ่ม และขนมปังก้อน (ตอนที่ 3) และการรับประทานรามยอนกึ่งสำเร็จรูปที่หน้าร้านสะดวกซื้อ (ตอนที่ 2) ซึ่งมีการนำเสนอแบบการรับประทานดิบ และใช้การรับประทานรามยอนดิบดังกล่าวเพื่อการสังสรรค์ร่วมกับวัฒนธรรมการดื่มโซจูอีกด้วย

วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุอันเป็นหัวใจในการดำเนินเรื่องของภาพยนตร์ชุด Squid Game คือ การเล่นเกมที่มีการสอดแทรกเข้ามาในการเดินเรื่อง ที่ทำให้ตัวละครต้องเลือก เผชิญหน้า หรือต่อสู้กับอะไรบางอย่าง การเล่นเกมที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุดมีทั้งสิ้น 7 เกม และทั้ง 7 เกมมีการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ง่ายต่อการเข้าใจ ได้แก่ การเล่นเกม “ตีกี้”(ตอนที่ 1 และ 9) มีการใช้กระดาดพับเป็นรูปสี่เหลี่ยมสีแดงและสีน้ำเงิน การเล่นเกม AEIOU (ตอนที่ 1) เป็นตัวเปิดให้เห็นการใช้เครื่องแต่งกายของผู้เล่น และผู้คุม

ตลอดจนการใช้สัญลักษณ์เรขาคณิต สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม ในเรื่อง การเล่นเกมและน้ำตาล (ตอนที่ 3) ใช้กล่องเหล็กบรรจุ น้ำตาลแผ่นด้านในพร้อมเข็มเพื่อแกะน้ำตาลออกเป็นรูปที่กำหนด การเล่นเกมชักเยาะ (ตอนที่ 4) ใช้เชือกเพื่อให้ผู้เล่นดึงเป็นทีมต่อสู้ กับฝ่ายตรงข้าม การเล่นเกมลูกแก้ว (ตอนที่ 6) ใช้อุปกรณ์เป็นเพียงลูกแก้วและให้ผู้เล่นสามารถคิดวิธีการเล่นเองได้ การเล่นเกม สะพานกระจก (ตอนที่ 7) ใช้กระจกเพื่อให้ผู้เล่นเลือกที่จะเดินข้ามจากฝั่งหนึ่งไปยังอีกฝั่งหนึ่ง และเกมปลาหมึก (ตอนที่ 8) ที่มีการ สร้างเส้นที่พื้นทรายโดยใช้รูปร่างเรขาคณิต สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลมมาประกอบกันขึ้น

ภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังมีการสอดแทรกสินค้า และผลิตภัณฑ์ ที่มาจากประเทศเกาหลีได้อีกด้วย ได้แก่ รถยนต์ ยี่ห้อ Hyundai (ตอนที่ 1 และ 3) การใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการบันทึกภาพ เสียง การช้อนโทรศัพท์มือถือไว้ในแขนเสื้อ และ ติดต่อบุคคล (ตอนที่ 1, 2, 8, และ 9) รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันเพื่อส่งข้อความ (ในเรื่องน่าจะเป็น LINE แอปพลิเคชัน) (ตอนที่ 6, 7 และ 8) นอกจากนี้ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุที่ปรากฏในเรื่อง ยังไม่ได้มีเพียงวัฒนธรรมที่เป็นของเกาหลีเท่านั้น ยังมีการปรากฏของ วัตถุที่แสดงวัฒนธรรมอื่นๆ ในสังคม เช่น การสวมฮิยาฟของศาสนาอิสลามของตัวละครที่เป็นชาวปากีสถาน (ตอนที่ 2) การแต่งกาย ในชุดสูทผูกเนคไทตามอย่างตะวันตกของตัวละคร VIP (ตอนที่ 7) หรือการแต่งกายด้วยชุดทักซิโด (ตอนที่ 8) อีกด้วย

2. วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)

รูปแบบที่น่าสนใจของวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุในภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้แก่ การนำเสนอวิถีชีวิตของผู้นับในสังคม เกาหลี ที่สะท้อนค่านิยมความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุใน Aging Society ที่สะท้อนว่า ผู้สูงอายุควรมีชีวิตที่ดี มองดูลูกหลานวิ่งเล่น และเติบโต (ตอนที่ 1) แต่ในขณะที่ผู้สูงอายุเองกลับต้องมีบันปลายชีวิตที่โดดเดี่ยว ขาดคนดูแลแม้ยามเจ็บไข้ได้ป่วย (ตอนที่ 9) สุขภาพของผู้สูงอายุเป็นเรื่องอันดับต้นๆ ที่ต้องมาใส่ใจ (ตอนที่ 9) วิถีชีวิตในระบบสังคมทุนนิยม ที่การดำรงชีวิตด้วยการทำ อาชีพอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายจนทำให้ตัวละครต่างๆ มีวิถีชีวิตที่เป็นหนี้ (ตอนที่ 1 และ 2) จึงจำเป็นต้องเลือกการ พนันที่ให้มีโอกาสได้เงินจำนวนมากในเวลาอันสั้น (ตอนที่ 1) แต่ในขณะเดียวกัน ก็ยังสะท้อนผ่านปรัชญาในเรื่องที่เมื่อชีวิตมนุษย์ มีค่ามากกว่าเงินทอง ไม่ว่ามากมายเพียงใดก็ตาม ก็ไม่อาจเทียบเท่าการมีอยู่ของชีวิตมนุษย์ได้ (ตอนที่ 2) แต่สุดท้าย ด้วยการบีบ บังคับของสังคมและการต้องดิ้นรนนี้ ทำให้ตัวละครไม่มีทางเลือกอื่น นอกจากใช้สิ่งที่มีค่าที่สุดในชีวิต (คือ ชีวิต) เข้ามาเดิมพันเพื่อ เงินรางวัลสุดท้ายอยู่ดี และภายใต้ความไม่เท่าเทียมกันทั้งทางสังคม สถานภาพทางการเงิน ภาพยนตร์ชุด Squid Game ได้สะท้อน ปรัชญาเรื่องความเท่าเทียมของมนุษย์ทุกคน คือ ไม่ว่าจะร่ำรวยหรือยากจน สิ่งที่มีค่าที่สุดเท่ากัน คือ "ชีวิต" (ตอนที่ 9)

ภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการสะท้อนวิถีชีวิต และพิธีกรรม ทางประชาธิปไตยของประเทศเกาหลีได้ ผ่านการเดินเรื่อง และองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ การเปิดให้ผู้เล่นได้เลือกลงมติตามความคิดเห็นของตน (ตอนที่ 2) การที่ผู้คุมเกมไม่ยอมให้พฤติกรรม ทางอำนาจของผู้เล่นมาทำลายระบบประชาธิปไตยในการอยู่ร่วมกัน (ตอนที่ 5)

นอกจากนั้น ภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังทำหน้าที่สะท้อนวิถีชีวิตของสังคมแบบทุนนิยม ที่ไม่ได้มีเพียงแต่ประเทศ เกาหลีเท่านั้น แต่เป็นวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นทั่วโลก ด้วยการสะท้อนระบบที่ไม่เป็นธรรม ความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในสังคม ได้แก่ การที่ ผู้คนมีพื้นที่ต่างกัน บางคนมีความเป็นอยู่ที่เหลือเฟือ ในขณะที่คนบางกลุ่มไม่มีแม้แต่บ้านให้กลับ (ตอนที่ 2) ผู้สูงอายุและผู้หญิง มักไม่ได้รับความใส่ใจจากกลุ่มหรือสังคม (ตอนที่ 4) ผู้คนเลือกที่จะไม่ยุ่งกับเหตุการณ์รุนแรงเพื่อความอยู่รอดของตน (ตอนที่ 4) แม้ สังคมจะดี แต่ความเหลื่อมล้ำก็อาจจะเกิดขึ้นจากตัวระบบเอง (ตอนที่ 5) การมองแรงงานต่างด้าวแบบเหมารวมว่ามีความเกียจ คร้าน และมาอยู่อย่างผิดกฎหมาย (ตอนที่ 5) ถึงแม้สังคมจะมีระบบและกฎเกณฑ์อยู่ แต่กฎเกณฑ์เหล่านั้นก็มีข้อบกพร่องให้ผู้มีอำนาจ อยู่เสมอ (ตอนที่ 8) ผู้คนที่มีความสามารถทางการเงินเหนือกว่า มักจะหาความบันเทิงจากกลุ่มคนที่มีความสามารถต่ำกว่าตน (ตอนที่ 9)

วัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุที่ปรากฏในเรื่อง ยังได้สะท้อนความหลากหลายของผู้นับในสังคมอย่างเห็นได้ชัด ผ่านการใช้ภาษา ในเรื่อง ซึ่งมีทั้งการใช้คำเฉพาะในภาษาเกาหลี เช่น ตักกี (ตอนที่ 1 และ 9) หรือ กันบู (ตอนที่ 6) ในขณะเดียวกัน ยังมีการใช้ ภาษาต่างประเทศ ตามพื้นเพของตัวละครที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งภาษาอิสลาม (ตัวละครอาลี และภรรยา) ภาษาอังกฤษ (ตัวละคร Frontman และ VIP) และภาษาจีนกลาง (ตัวละคร VIP)

วิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game

จากรูปแบบวัฒนธรรมที่พบในสื่อบันเทิงคดี ภาพยนตร์ชุด Squid Game ดังกล่าว ผู้วิจัยพบการนำเสนอวัฒนธรรมทั้งเชิงวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ ที่ปรากฏในองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อบันเทิงคดีในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

แก่นของเรื่อง (Theme) ภาพยนตร์ชุด Squid Game เป็นสื่อบันเทิงคดีในลักษณะ Death Race Genre มีแก่นของเรื่อง (Theme) ที่สะท้อนภาพรวมของ *ความไม่เท่าเทียมในสังคมนิยม (Capitalism)* ความแตกต่างหลากหลายในสังคม และ *ปัญหาความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่ในสังคม จนนำไปสู่สถานการณ์การเป็นหนี้ที่ยากจะชดใช้ได้หมดของผู้เล่นทั้ง 456 คนที่เข้ามาอยู่ในการแข่งขัน* ซึ่งเป็นลักษณะ วิถีชีวิต (Norm) ที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) ในระดับสังคม (Social Culture) โดยผู้เล่นทั้งหมดมีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกันคือ การหลุดพ้นจากภาวะการเป็นหนี้ และเพื่อให้มีชีวิตที่ดีขึ้น เติบโตชีวิตที่ขาดหายหรือต้องการที่เงินสามารถกลับตาลได้ ให้ชีวิตที่เหลืสุขสบายขึ้น จากเงินรางวัลที่จะได้รับ หากเป็นผู้ชนะในเกม ซึ่งเกมทั้งหมดมีการออกแบบมาให้เป็นโลกในอุดมคติที่ทุกอย่าง ทุกคน เท่าเทียมกัน ปราศจากความเหลื่อมล้ำในเชิงอำนาจ แต่ถึงแม้จะมีการควบคุมเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมอันเป็นอุดมคติ ผู้เล่นก็ยังมีกร “ลักลอบ” กระทำการบางอย่างเพื่อให้ตัวเองเป็นผู้ได้เปรียบอยู่เสมอเมื่อมีโอกาส ทั้งการเป็นผู้ได้ข้อมูลมากกว่า หรือการใช้อุปกรณ์ตัวช่วยอื่นที่ผู้เล่นคนอื่นไม่มี นอกจากนี้ แก่นของเรื่องถูกออกแบบมาให้สะท้อนเรื่องการแข่งขันของมนุษย์ ไม่มีมิตรแท้ หรือศัตรูถาวร การหักหลัง การยอมทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผู้เล่นในฐานะมนุษย์ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ โดยเหลือคู่แข่งน้อยที่สุด

โครงเรื่อง (Plot) การดำเนินเรื่องไปของภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน เป็นการนำผู้ชมไปสู่การนำเสนอวัฒนธรรมต่างๆ ทั้งวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และแบบที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) ที่แทรกตัวอยู่ในเรื่องราวต่างๆ โดยผูกยึดโยงเข้ากับสถานการณ์ ตัวละคร (Character) และบทสนทนา (Dialog) ที่ทำให้เกิดความหมายในเชิงวัฒนธรรมแก่วัฒนธรรมเชิงวัตถุได้ เช่น *วัฒนธรรมการนั่งทานอาหารกับพื้น การจัดอาหารที่มีข้าวพร้อมเครื่องเคียงอย่างเช่นผักคอง กิมจิ ในบรรจุภัณฑ์พลาสติกในห้องเช่าของชนชั้นกลางในตอนที่ 1 วัฒนธรรมการรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรายอนที่สามารถยืนรับประทานได้เลยที่ร้านสะดวกซื้อ หรือจะรับประทานแบบดิบก็ได้ การให้ความหมายของการดื่มโซจูทั้งในเชิงการย้อมใจในขณะที่กำลังจะจบชีวิตตัวเองของตัวละคร หรือการให้ความหมายของการดื่มโซจูเพื่อเป็นการผูกสัมพันธ์และมิตรภาพในตอนที่ 2*

นอกจากนี้ โครงเรื่องยังเผยให้เห็นวัฒนธรรมระดับสังคมผ่านความแตกต่างในการดำเนินชีวิตของตัวละครที่มีความแตกต่างทางสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม ภูมิฐานะ และศาสนา อีกด้วย *ตัวละครที่เป็นชนชั้นกลางไม่สามารถรู้วิธีการเปิดประตูที่เป็นระบบอัตโนมัติที่อยู่อาศัยของชนชั้นที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงกว่าในตอนที่ 2 ตัวละครที่มาจากเกาหลีเหนือมีค่านิยมว่าชีวิตของตนเองจะต้องดีกว่าเดิมเมื่อมาอยู่ในเกาหลีใต้ในตอนที่ 6 รวมถึงตัวละครที่มีความเชื่อในศาสนาอย่างสุดโต่งจะมีวิถีชีวิตที่สวดวิงวอนต่อพระผู้เป็นเจ้าอยู่ตลอดเวลา* ซึ่งทำให้มิติทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นมีความหลากหลาย

สิ่งที่ถูกวางไว้ในโครงเรื่องจากทั้ง 9 ตอนที่มีความชัดเจน คือ วัฒนธรรมการเล่นของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีการย้ำหลายครั้งในบทสนทนาว่า *เป็นการเล่นของเด็กๆ ที่มีความงดงาม เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน (จากตอนที่ 1, 3 และตอนที่ 7)* ซึ่งวัฒนธรรมการเล่นเกมทั้ง 7 เกม (1 เกมที่อยู่นอกการแข่งขัน และอีก 6 เกมที่อยู่ในการแข่งขัน) มีจุดร่วมกันคือเป็นเกมที่มีกฎกติกาที่เข้าใจง่าย อุปกรณ์การเล่นที่ง่ายไม่ซับซ้อน (Material Culture) และตัดสินรู้แพ้รู้ชนะกันได้ง่าย ซึ่งเกมทั้งหมดยังมีทั้งรูปแบบที่มีกฎกติกาตายตัว และการเล่นที่ผู้เล่นสามารถออกแบบกฎกติกาเองได้ อย่างการเล่นเกม “ลูกแก้ว” ที่โครงเรื่องกำหนดให้ผู้เล่นแต่ละคู่สามารถออกแบบวิธีการเล่นของตนเองจนรู้แพ้รู้ชนะได้ ซึ่งโครงเรื่องที่น่าเสนอผ่านการละเล่น ยังทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ แก่ผู้ชมอีกด้วย ทั้งการเอาใจช่วยตัวละคร การผิดหวัง สูญเสีย สมหวัง ดีใจ หรือล้นระทึกไปกับการเล่นเกมที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ โครงเรื่องยังสะท้อนวัฒนธรรมแบบชายเป็นใหญ่ และวัฒนธรรมการเหมารวมที่ให้คุณค่ากับเพศชายมากกว่าเพศหญิง จากการเลือก

สมาชิกเข้ากลุ่มเพื่อเล่นชักเย่อ ที่ตัวละครระบุว่าควรรหาผู้เล่นที่เป็นผู้ชายเข้าร่วมทีมเพราะผู้ชายเล่นเกมเก่งกว่าผู้หญิง และคนชรา และผู้หญิงมักไม่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมทีมอยู่แล้ว ในตอนที่ 4 โครงเรื่องยังมีการนำเสนอ **วัฒนธรรมการมีเพื่อนสนิทที่เล่นด้วยกันอย่างจริงจัง หรือ “กันบู”** การแบ่งปันกันเล่น การมีความสุขจากการเล่นของเด็กๆ ที่ได้เล่นกับเพื่อนที่รู้ใจและเข้าใจ ในตอนที่ 6 อีกด้วย

สิ่งที่น่าสนใจในการวางโครงเรื่อง นอกจากการนำเสนอวัฒนธรรมการเล่นของเกาหลีได้แล้ว ภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังนำเสนอ **วัฒนธรรมด้านเทคโนโลยี ผ่านการใช้งานต่างๆ ของโทรศัพท์มือถือไว้ในทุกตอนของเรื่อง** ทั้งการติดต่อแบบโทรออก รับสาย การบันทึกข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน การบันทึกวิดีโอ ภาพถ่าย รวมถึงความกระตือรือร้นของเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่สามารถซุกซ่อนไว้ในแขนเสื้อเพื่อทำการบันทึกวิดีโอแบบลับๆ ได้ ในตอนที่ 7 นอกจากนั้นยังนำเสนอการใช้แอปพลิเคชัน ในการส่งข้อความ และการส่งสื่อต่างๆ ทั้งภาพถ่ายและภาพเคลื่อนไหวไว้ในโครงเรื่องด้วย นอกจากการปรากฏของวัฒนธรรมการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือแล้ว วัฒนธรรมการแต่งกายของตัวละครที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ในภาพยนตร์ชุด และการใช้สัญลักษณ์วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม รวมถึงกล่องสีดำคาดด้วยโบว์สีชมพู ก็เป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) ที่มีการนำเสนอในทุกตอนของภาพยนตร์ชุดเช่นเดียวกัน

ตัวละคร (Character) จากโครงเรื่องของ Squid Game เป็นการแข่งขันของผู้เล่นจำนวน 456 คน ที่มีเป้าประสงค์เดียวกันคือการได้เงินรางวัลไปใช้ในการดำเนินชีวิตที่เป็นหนี้ และมีปัญหา ตัวละครหลักที่อยู่ในเรื่องราวมีการออกแบบให้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งจากสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ภูมิสำเนา และศาสนา อันเป็นที่มาของภูมิหลังวัฒนธรรมที่ต่างกัน นอกจากนั้นยังมีเรื่องความแตกต่างทางลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตลอดจนค่านิยมและวิถีชีวิตส่วนบุคคล เช่น ตัวละคร “กึยุน” ถูกนำเสนอในลักษณะตัวละครเพศชาย ชนชั้นกลางที่ภรรยาพร้อมลูกสาวย้ายออกไปแต่งงานใหม่กับชายที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจดีกว่า ตนเองอยู่ในสถานะไร้งานทำ เป็นหนี้ และอาศัยอยู่กับแม่สองคนในห้องเช่า

ตัวละคร “ซังอู” เพศชาย มีพื้นฐานทางการศึกษาที่ดี มีอาชีพการงานที่ดี สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของสังคม แต่ในขณะเดียวกันกลับมีพฤติกรรมฉ้อโกงจนทำให้เป็นหนี้ที่ไม่สามารถชดเชยได้ มีความคิดต้องการจบชีวิตตนเอง แต่ไม่บอกเรื่องราวของตนเองกับแม่ เพราะต้องการให้แม่ยังมีความภาคภูมิใจในตนเองอยู่

ตัวละคร “แซบย็อก” เพศหญิง วัยกลางคน มีภูมิสำเนาเดิมอยู่ที่ประเทศเกาหลีเหนือ ครอบครัวไม่สมบูรณ์ เนื่องจากมีเพียงตนเองและน้องชายที่อพยพมาอยู่ที่เกาหลีใต้ มีความต้องการที่จะสร้างบ้านและพาแม่กับพ่อมาอยู่ด้วยกันจากเกาหลีเหนือไม่ไว้อใจคน ถูกฉ้อโกงจากนายหน้าที่อ้างว่าสามารถนำผู้คนจากเกาหลีเหนือมาที่เกาหลีใต้ได้

ตัวละคร “อาลี” เพศชาย วัยกลางคน มีภรรยาและลูกสาว ทั้งหมดนับถือศาสนาอิสลาม มีภูมิสำเนาเดิมมาจากประเทศปากีสถาน ลักลอบเข้ามาที่ประเทศเกาหลีใต้เพื่อหางานทำ หาเงิน ต้องการมีชีวิตที่ดีขึ้น แต่ถูกฉ้อโกงโดยนายจ้างทำให้ไม่มีเงินในการดำรงชีวิต รวมถึงค่ารักษาพยาบาลที่ต้องชำระ

ตัวละคร “อิลนัม” เพศชาย วัยชรา มีโรคประจำตัวคือมะเร็งในสมอง เคยมีครอบครัวที่อบอุ่น ชอบรำลึกความหลัง ใช้ชีวิตเพื่อรอความตาย แต่มีความต้องการที่จะสัมผัสประสบการณ์ความสนุกในการเล่นเกมนี้อีกครั้งก่อนตาย

ซึ่งตัวละครทั้งหมดนี้ได้รับการนำเสนอให้มีความแตกต่างหลากหลาย แต่ในขณะเดียวกัน **ตัวละครที่เป็นผู้เล่นทั้งหมดในเกม ล้วนมีความต้องการเดียวกัน คือ ความต้องการที่จะปลดหนี้และเริ่มต้นใหม่ให้ชีวิตมีความสุขสบายมากขึ้นกว่าเดิมเป็นเป้าหมายแรก ในขณะที่ตัวละครมีเป้าหมายรองที่แตกต่างกันออกไป เช่น การสร้างบ้านให้ครอบครัว การมีกิจการให้แม่ แต่ทั้งหมดตั้งอยู่บนความต้องการที่จะหลุดพ้นจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมระดับชนชั้นกลางและล่างในระบบทุนนิยม** นอกจากนี้ ในทุกตอน ตัวละครทั้งผู้เล่นและผู้คุมยังนำเสนอใน **วัฒนธรรมการแต่งกายโดยเครื่องแบบที่เข้าใจง่าย** ผู้เล่นสวมกางเกง

วอร์มสีเขียว เสื้อยืดสีขาวและเสื้อแจ็กเกตสีเขียวที่ระบุหมายเลขของผู้เล่นแต่ละคน ในขณะที่ผู้คุมสวมชุดแขนยาวขาวยาวสีชมพู พร้อมหน้ากากสีดำมีสัญลักษณ์บอกลำดับชั้น วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม โดยวัฒนธรรมการแต่งกายดังกล่าว

บทสนทนา (Dialog) ภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการใช้บทสนทนาเพื่อนำเสนอถึงวัฒนธรรมในรูปแบบที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) เป็นหลัก โดยเฉพาะ **วิถีชีวิตของสังคมภายใต้ระบบทุนนิยม** ที่ทุกสิ่งในการดำเนินชีวิตจำเป็นต้องใช้เงิน ในขณะที่ชนชั้นกลางถึงชนชั้นล่าง จำเป็นต้องเลือกว่าเงินที่มีอยู่จะต้องใช้ไปกับอะไร จนเป็นเหตุให้ต้องดิ้นรนหาโอกาสสร้างความมั่นคงในชีวิตให้ตนเอง คนชรายังคงต้องทำงานดิ้นรนหาเลี้ยงชีพแทนที่จะได้มีชีวิตที่สุขสบายในบ้านปลาย ชนชั้นบนมีอำนาจเหนือกว่าชนชั้นกลางและล่างที่จะสามารถควบคุมความเป็นไปของวิถีชีวิตของกลุ่มคนที่มีระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่ำกว่า ดังปรากฏในบทสนทนาจากหลายช่วง เช่น

“...อย่างคุณตาควรได้ทานอาหารที่ลูกสะใภ้ทำให้กิน นอนบนพื้นอุ่นๆ ดูลูกหลานทำอะไรน่ารักๆ...”

“...ทุกท่านจะคว้าโอกาส หรือจะใช้ชีวิตแบบเดิมที่ไร้ทางออก...” จากตอนที่ 1

“...หนีแล้วไง มันมีอะไรต่างกันตรงไหน ชีวิตข้างนอกนั่นมันก็ธรรมดาไม่ต่างกัน...”

“...ฉันไม่มีบ้านให้กลับแล้ว อย่างน้อยที่นี่ก็ยังให้โอกาส ฉันไม่เหลืออะไรแล้ว...”

“...ถ้าแม่นอนโรงพยาบาลแล้วยังไง ใครจะจ่ายค่าเช่าบ้าน แกมีปัญญาหรือ นอนโรงพยาบาลคืนนี้มันเท่าไร...”

“...แม่เหนื่อยจนไม่อยากมีชีวิตอยู่ต่อไปแล้ว...”

“...ชีวิตข้างนอกมันธรรมดากว่าเยอะ...” จากตอนที่ 2

“...ทุกคนกำลังลำบากกันหมด...” จากตอนที่ 3

“...พวกคุณก็เป็นเหมือนม้า ม้าที่วิ่งอยู่บนลู่วิ่ง มันผิดคาดมากที่คุณรอดเป็นคนสุดท้าย...” จากตอนที่ 9

ในขณะเดียวกัน บทสนทนาในเรื่องยังได้นำเสนอปรัชญาเกี่ยวกับ **ความมีคุณค่าของชีวิตที่ทรัพย์สินเงินทองไม่อาจทดแทนได้** ไม่ว่าจะมีสถานภาพทางสังคมอย่างไร สิ่งที่มีเท่ากันในหนึ่งชีวิต คือชีวิต เช่น

“...เราอาจคิดนี่ก็จริง แต่เราก็ไม่สมควรถูกฆ่าตายนะ...” จากตอนที่ 2

“...พวกคนที่ไม่มีเงินพอจะใช้ มีอะไรเหมือนกับคนที่ไม่มีเงินทองมากมายเกินความจำเป็น ชีวิตใจ มันไม่สนุกเลยถ้าเรามีเงินเยอะมากเกินไป...” จากตอนที่ 9

นอกจากนั้น บทสนทนาในเรื่อง ยังทำหน้าที่สะท้อน **ค่านิยมและวิถีชีวิตตามแนวทางสังคมประชาธิปไตย** ที่คนในสังคมมีความเท่าเทียมกันในด้านสิทธิและการออกเสียง การเคารพเสียงส่วนมาก และการยอมรับผลจากการลงมติของคนส่วนใหญ่

“...เกมจะสามารถหยุดลงได้ ถ้าผู้เล่นส่วนใหญ่ยินยอม...”

“...เราจะไม่ยอมให้เกิดการกระทำใด ที่ส่งผลต่อกระบวนการประชาธิปไตยโดยเด็ดขาด...” จากตอนที่ 2

“...ทีมนี้นี้เราเท่าเทียมกัน...”

“...เขาได้ทำลายสิ่งที่สำคัญที่สุด ‘ความเท่าเทียม’ ผู้เล่นทุกคนทรمانกับความไม่เท่าเทียม ในการเล่นเกมในนี้ทุกคนจะได้ต่อสู้อย่างยุติธรรม เพื่อโอกาสและชัยชนะ...” จากตอนที่ 5

“...พอแล้ว!! กฎข้อที่ 3 เกมจะหยุดลงได้ ถ้าผู้เล่นส่วนใหญ่เห็นด้วย...” จากตอนที่ 9

บทสนทนาจากตอนที่ 4 ทำหน้าที่สะท้อน **ค่านิยมในเรื่องชายเป็นใหญ่** และความเชื่อมั่นในความสามารถของชายมากกว่าหญิง ที่มีในสังคม โดยเฉพาะในตอนที่มีตัวละครถูกกำหนดให้จับเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 10 คน ตัวละครแต่ละคนแยกย้ายไปหาสมาชิกมาร่วมกลุ่ม

“...มันก็ใช่ ส่วนใหญ่แล้วผู้ชายเล่นเกมเก่งกว่าผู้หญิง...”

“...ตอนนี้ทีมเรามีผู้หญิงเยอะแล้ว...”

“...บอกแล้วไง ว่าให้ไปชวนผู้ชายมา...”

“...ฉิบหายแล้ว ชายล้นเลย...”

บทสนทนายังนำเสนอค่านิยม**ความเป็นเลิศของประเทศเกาหลีใต้** โดยนำเสนอผ่านค่านิยมจากคนภายนอกประเทศ ผ่านตัวละครที่มีภูมิฐานะจากประเทศเกาหลีเหนือ และชาวตะวันตก

“...ก็คิดว่าที่นี่ (เกาหลีใต้) จะดีกว่า (เกาหลีเหนือ)...” จากตอนที่ 6

“...The contest in Korea was the Best.” จากตอนที่ 7

นอกเหนือจากบทสนทนาจะทำหน้าที่นำเสนอวัฒนธรรมในด้านค่านิยม วิถีชีวิต และปรัชญาแล้ว บทสนทนาจากในเรื่องยังนำเสนอ**ด้านโครงสร้างสังคมที่เป็นความหลากหลายผ่านทางการใช้ภาษา**อีกด้วย นอกจากการใช้ภาษาเกาหลีซึ่งเป็นภาษาหลักแล้ว ในบทสนทนายังมีการแทรกการใช้ภาษาอื่นๆ ไว้ตามพื้นเพของตัวละคร เช่น การใช้ภาษาอิสลามของตัวละครอาลี ในตอนที่ 2 การใช้ภาษาอังกฤษของตัวละครตักซู ในตอนที่ 2 และการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารของตัวละคร Front man และกลุ่มนายทุน VIPs ที่เป็นชาวต่างชาติในตอนที่ 6 – 8 และนอกจากนั้น ในกลุ่มตัวละครที่เป็นนายทุน VIP ยังมีการใช้ภาษาจีน ในตอนที่ 8 ด้วย

ฉาก (Settings) ในภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน มีการใช้ฉากใน 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ ฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมจริงๆ ของสถานที่ ที่อยู่อาศัย และฉากที่มีการสร้างขึ้นในลักษณะเหนือจริง (Surrealism) ที่ใช้ในการแข่งขัน โดยฉากที่เป็นสถานที่จริง ทำหน้าที่นำเสนอ**วิถีชีวิตของชนชั้นกลางที่ต้องดิ้นรนในสังคมทุนนิยม** ผ่านห้องเช่า ร้านขายของในตลาด สนามแข่งม้า ร้านตุ๋นตุ๋นตุ๋น ร้านสะดวกซื้อ และริมบาทวิถีในเมืองที่มีผู้คนเดินผ่านไปมา และมีฉากที่สะท้อนถึง**วิถีชีวิตของชาวเกาหลีใต้** เช่น การเดินทางโดยรถไฟใต้ดิน การใช้ชีวิตริมแม่น้ำฮัน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันในการแข่งขันเกมทั้งหมด ฉากได้นำเสนอความเป็น**สังคมอุดมคติผ่านลักษณะของฉากแบบเหนือจริง** เช่น การสร้างกำแพงสูงราวอาคารสิบชั้นล้อมรอบพื้นที่โล่งในการเล่น เกม AEIOU และเกมปลาหมึก การสร้างฉากที่มีลักษณะเป็นสนามเด็กเล่นที่เครื่องเล่นมีขนาดใหญ่เกินจริงในเกมแกะน้ำตาล การสร้างฉากเลียนแบบตลกขบขันที่มีบ้านจำลองของคนเกาหลีพร้อมทั้งการให้แสงสีส้มเลียนแบบบรรยากาศช่วงเย็นของวันในการเล่น เกมลูกแก้ว รวมถึงการสร้างความเป็นเขาวงกตด้วยการสร้างบันไดที่ซับซ้อนทาบไปมาหลายชั้น และการสร้าง Game Hall ที่ทุกอย่างล้วนเป็นสีขาวทั้งหมดในเกม ฉากห้องรับรองของตัวละคร VIPs ที่จำลองเป็นป่าด้วยการจัดต้นไม้ และการเพ้นท์สีตัวละครที่ต้องทำหน้าที่ให้บริการเป็นลายของสัตว์ป่า เป็นต้น

นอกจากฉากและสถานที่ที่ปรากฏในเรื่องแล้ว ยังมีการ**กล่าวถึงสถานที่ผ่านบทสนทนา**อยู่ด้วย เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศมัลดีฟส์ และเกาะเจจู จากบทสนทนาจากตอนที่ 6 “...เกาะเชจู ฉันเคยเห็นในทีวี มันเหมือนไม่ได้อยู่ในเกาหลี...”

บรรยากาศ (Atmosphere) บรรยากาศในภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการนำเสนอผ่านโครงเรื่อง (Plot) และฉาก (Settings) เป็นหลัก โครงเรื่องทั้ง 9 ตอน มีแก่นของเรื่องเป็นการแข่งขันในเกมทั้งเพื่อเอาชีวิตรอด และเพื่อให้ได้รางวัลที่จะเปลี่ยนชีวิตผู้ชนะได้ การดำเนินเรื่องนำเสนอผ่าน**อารมณ์ของตัวละครที่สามารถเข้าถึงได้ในชีวิตมนุษย์** เสียใจ สุขใจ การรำลึกถึงความทรงจำดีๆ ในอดีต การคิดถึง ความผิดหวัง การหักหลัง ความสงสาร การเสียรู้ ความไว้น้ำใจ ความตึงเครียด การเยาะเย้ยถากถาง รวมไปถึงการนำเสนอผ่านความตื่นเต้น และการลุ้นของผู้ชมในการเล่นเกมนานๆ ในเรื่อง ในขณะเดียวกันการใช้การเล่นเกมนานๆ มาเป็นตัวดำเนินเรื่อง ยังสร้างบรรยากาศในการย้อนความทรงจำไปสู่ประสบการณ์วัยเด็กได้ โดยในทุกการเริ่มเกม จะมีการใช้เสียงดนตรีที่เป็นการติกลองเป็นจังหวะเท่าๆ กัน และใช้เสียงดนตรีที่เป็นเครื่องเป่าคล้ายขลุ่ย ด้วยโน้ตเดิมในจังหวะเท่าๆ กัน ไปพร้อมกับเสียงกลองนั้นด้วย นอกจากนี้ บรรยากาศของเรื่องราวได้นำเสนอผ่านฉาก และองค์ประกอบในฉากประกอบกัน

อภิปรายผล

อำนาจอ่อนจากวัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเพียงวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุเท่านั้น หากแต่ต้องสร้างจุดร่วมระหว่างผู้ชมและเนื้อหา

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบวัฒนธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด Squid Game ทั้ง 9 ตอน มีความหลากหลายมาก ทั้งในเชิงวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุจับต้องได้ เช่น วัฒนธรรมอาหารและการรับประทานอาหาร การละเล่นต่างๆ เสื้อผ้าเครื่องแบบ สถานที่ที่อยู่อาศัย ธนบัตร และสัญลักษณ์รูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ที่มาจากผังพื้นของการเล่นเกมปลาหมึก และวัฒนธรรมในลักษณะที่มองไม่เห็น เช่น ภาษา ศาสนาความเชื่อ ค่านิยม กฎ โครงสร้างสังคม ปรัชญา หรือวิถีชีวิต ซึ่งถูกนำเสนอผ่านองค์ประกอบอื่นๆ อย่างเช่น บทสนทนา ตัวละคร หรือโครงเรื่อง ที่ทำหน้าที่ร้อยเรียงเรื่องราวให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมต่างๆ แม้จะไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตา ซึ่งรูปแบบที่หลากหลายของวัฒนธรรมที่ปรากฏนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Wood (2009) และ Northeast Wisconsin Technical College (n.d.) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมครอบคลุมไปถึงทุกอย่างในการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคม ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และวัฒนธรรมที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture)

ในขณะเดียวกัน รูปแบบวัฒนธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังมีการนำเสนอในสองระดับ คือ ระดับที่เป็นวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ที่ทำให้การดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่งมีความแตกต่างจากบุคคลอื่นๆ ในบางแง่มุม และวัฒนธรรมที่อยู่ในระดับกลุ่ม หรือสังคม ที่กลุ่มคนหนึ่งหรือสังคมหนึ่งมีแนวทางปฏิบัติ คิด รู้สึก หรือรับรู้ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการจำแนกรูปแบบวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Cohen (2009) ที่ระบุว่า นอกจากวัฒนธรรมจะสามารถมองเห็นได้ในรูปแบบวัตถุแล้ว วัฒนธรรมยังมีลักษณะที่เป็นระดับอัตวิสัย (Subjective Culture) ได้แก่ ภาษา ศิลปะ-วิทยาศาสตร์-เทคโนโลยี ศาสนา-ความเชื่อ วิถีชีวิต ค่านิยม และปรัชญา และในระดับสังคม (Social Culture) ได้แก่ ภาษา กฎหรือข้อบัญญัติของกลุ่ม โครงสร้างสังคม ค่านิยม วิถีชีวิต และพิธีกรรม

นอกจากนี้ ในภาพยนตร์ชุด Squid Game ยังมีการนำเสนอวัฒนธรรมให้มีความแตกต่างหลากหลาย ผ่านตัวละครที่มีความแตกต่างกันตั้งแต่พื้นเพชีวิต ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ภูมิถิ่นกำเนิด และศาสนา โดยมีการนำเสนอผ่านตัวละครที่เป็นชนชั้นกลางที่มีหนี้สินส่วนตัวอย่างตัวละคร “กึยุน” ผู้อพยพที่มาจากเกาหลีเหนืออย่างตัวละคร “แชบย็อก” หรือผู้ที่เข้ามาอยู่เป็นชนชั้นแรงงานจากต่างประเทศและต่างศาสนาอย่างตัวละคร “อาลี” ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวแบบรักษาไม่หายขาดอย่างตัวละคร “อิลนัม” ไปจนถึงผู้มีการศึกษาสูงอย่างตัวละคร “ซังอู” และกลุ่มนายทุนอย่างตัวละครที่เป็นกลุ่ม VIPs ซึ่งจากพื้นเพที่แตกต่างกันดังกล่าว ทำให้ปรากฏรูปแบบวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen (2009) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมของบุคคลหรือกลุ่มมีความแตกต่างกันออกไปได้อย่างหลากหลาย ซึ่งขึ้นกับปัจจัย 3 ประการที่ส่งผลต่อวัฒนธรรม ได้แก่ ศาสนา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจหรือระดับชนชั้นในสังคม และภูมิภาคที่อยู่อาศัยของบุคคลนั้น

แต่สิ่งที่ผู้ผลิตต้องเลือกวัฒนธรรมมาเพื่อนำเสนอ และสื่อสารให้เกิดเป็นผลกระทบในระดับอำนาจอ่อน คือ การที่ต้องสร้าง “จุดร่วม” ทางความรู้สึกระหว่างผู้ชม และเนื้อหาของสื่อบันเทิงคดีให้ได้ ผ่านวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุและไม่เป็นวัตถุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกใช้รูปแบบวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนความรู้สึกในลักษณะ Universal Truth ได้ จะทำให้ผู้ชมสามารถรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมง่ายขึ้น เช่น การเลือกวัฒนธรรมที่เป็นอาหาร และการรับประทานอาหารที่ “ง่าย” ต่อการซื้อหาเพื่อรับประทาน ซึ่งสามารถสะท้อนความต้องการพื้นฐานทางกาย หรือ Physiological Needs ของมนุษย์ได้ สอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของมนุษย์ตามหลักจิตวิทยาที่ระบุว่า ความต้องการพื้นฐานที่สุดของมนุษย์คือความต้องการทางร่างกายและการทำให้มีชีวิตอยู่ผ่านอาหาร น้ำดื่ม ยารักษาโรค เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย (Spielman, 2017) นอกจากนี้ความรู้สึก “หิว” ที่ถูกสะท้อนออกมาผ่านการรับประทานอาหาร ยังมีความเป็น Universal Truth ที่มนุษย์ในทุกลักษณะทางประชากรสามารถเข้าถึงได้ โดยไม่เกิดการปิดกั้นผ่านความแตกต่างระหว่างเชื้อชาติ อายุ ภาษา หรือที่อยู่อาศัย ตามแนวคิดของ Rodriguez (2020)

การเลือกวัฒนธรรมที่เป็นเกมที่ย่าย ไม่ซับซ้อนต่อความเข้าใจ ทั้งกติกาและอุปกรณ์ ก็จะทำให้เกิดการเข้าถึง ตลอดจนการผลิตซ้ำวัฒนธรรมเหล่านั้นได้ง่ายขึ้น และยังสามารถเป็นตัวสะท้อนประสบการณ์การเล่นกับเพื่อนในสมัยเด็กของผู้ชมได้ ทำให้เกิดความรู้สึกและการเชื่อมโยงทางประสบการณ์ของผู้ชมที่ทำให้เกิดภาพความทรงจำในวัยเยาว์กลับมา ซึ่งการรำลึกความหลัง และการรู้สึกถึงประสบการณ์นี้ ก็มีความเป็น Universal Truth เช่นกัน

อำนาจอ่อนผ่านวัฒนธรรมในภาพยนตร์ชุด Squid Game มีการแปรรูปให้ครอบคลุมความหลากหลายของผู้รับสาร

ตามแนวคิดเรื่องอำนาจอ่อน ของ Nye ที่ระบุว่า อำนาจอ่อน (Soft Power) คือ การกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่ต้องการ ด้วยวิธีการสร้างวาระ (Creating Agenda) ผ่านนโยบาย สถาบันทางสังคม ประวัติศาสตร์ เนื้อหา วัฒนธรรม รูปแบบสังคม วิทยาศาสตร์ คุณค่า ศิลปะ กีฬา เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกสนใจจากดินแดนอื่น จนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะเป็นแบบนั้นผ่านความรู้สึกเชื่อเชียว เชียวชวนให้ทำ ให้เป็น ให้ชื่นชอบและชื่นชม อันนำไปสู่ความยินดีที่จะปฏิบัติตามความต้องการของดินแดนหนึ่ง โดยไม่จำเป็นต้องมีข้อแลกเปลี่ยน หรือร้องขอ อันเป็นอำนาจเชิงดึงดูด (Attractive Power) อันนำไปสู่การยอมรับโดยุษฎี (Acquiescence) ซึ่งจะส่งผลในเชิงปัจเจกมากกว่าในรูปแบบของรัฐ (Nye, 1990; Huang, 2022; Yavuzaslan, & Cetin, 2014; Sukonthasup, 2018) เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับแนวคิดการโน้มน้าวใจในการสื่อสาร ซึ่ง Souter (2007) ระบุว่า การในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ สารที่ออกจากผู้ส่งสารจะถูกส่งผ่านกรอบประสบการณ์และทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อไปถึงผู้รับสารแล้วผู้รับสารจะกรองสารเหล่านั้นผ่านกรอบประสบการณ์และทัศนคติของตนเอง หากสารนั้นตอบสนองหรือเชื่อมโยงต่อทัศนคติและประสบการณ์ที่ผู้รับสารมีอยู่ ผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสื่อนั้นได้ง่ายขึ้น

เมื่อพิจารณาเนื้อหาและการนำเสนอในภาพยนตร์ชุด Squid Game แล้ว พบว่า แก่นของเรื่อง (Theme) เป็นเรื่องความดิ้นรนเพื่อให้ชีวิตของมนุษย์หลุดพ้นจากความเหลื่อมล้ำ และอำนาจในสังคมที่เป็นทุนนิยม จนทำให้เกิดการ “แลกด้วยชีวิต” เพื่อให้ได้มาซึ่ง “เงิน” จำนวนมากในการนำไปปลดหนี้ และเริ่มต้นชีวิตใหม่ ซึ่งแก่นของเรื่องนี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันในหลายๆพื้นที่ ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม และความต้องการหลุดพ้นของผู้คนในสังคมสามารถพบได้มากขึ้นในหลายพื้นที่ ทำให้แก่นของเรื่องมีความสอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ในชีวิตที่ต้องพบเจอของผู้คนตามแนวคิดของ Souter (2007) ดังกล่าว จนทำให้เกิดการเปิดรับสื่อบันเทิงคดีภาพยนตร์ชุด Squid Game ขึ้นในวงกว้างในหลายประเทศทั่วโลกจนความนิยมของสื่อมีมากเป็นอันดับ 1 บนแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งในระยะเวลา 10 วัน (Williams, 2021) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Lai, 2021) ที่ระบุว่า เรื่องราวใน Squid Game มีแก่นของเรื่องที่น่าเสนอปัญหาความเหลื่อมล้ำที่ไม่ได้รับการแก้ไขมายาวนานของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งวิกฤติทางเศรษฐกิจเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหลายประเทศทั่วโลกเช่นกัน

นอกจากนั้น การดำเนินเรื่องของโครงเรื่อง (Plot) ยังมีการนำเสนอในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อนในเนื้อหา ซึ่งนำเสนอผ่านความต้องการของผู้เล่นเกม ทั้งด้านร่างกาย (อาหาร ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม) ด้านความปลอดภัย (การที่กลุ่มตัวละครพยายามนำโครงเหล็กมาสร้างเป็นพื้นที่ปิดล้อมเพื่อป้องกันการบุกรุกของอันธพาลในการแข่งขัน) ความรักและการยอมรับ (การนำเสนอตนเองเพื่อให้ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้เล่น) ความเป็นตัวของตัวเอง (การทำทุกวิถีทางของผู้เล่นเพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบของตน) และการมีเป้าหมายในชีวิต (การปลดหนี้ และการเริ่มต้นชีวิตใหม่ หรือการให้ครอบครัวกลับมาอยู่พร้อมหน้า) ซึ่งความต้องการของตัวละครในทั้ง 5 ระดับนี้ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ตามหลักจิตวิทยา Humanism โดย Abraham Maslow ที่ระบุว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการพื้นฐาน 5 ระดับคือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการการยอมรับ ความเป็นตัวของตัวเอง และการมีเป้าหมายในชีวิต (Spielman, 2017) และโครงเรื่องยังนำเสนออารมณ์ผ่านเรื่องราวของตัวละครในการเล่นเกมที่ มีทั้งสมหวัง ผิดหวัง กลัว โกรธ เสียใจ ดีใจ ถูกหักหลัง เสียรู้ เสียตาย ปิดบัง เอาเปรียบ สงสาร ฯลฯ อันเป็นอารมณ์ที่มนุษย์ต้องประสบพบเจอในชีวิตประจำวัน โดยไม่เลือกเชื้อชาติ ศาสนา สถานที่ ภูมิฐานะ อายุ อาชีพ หรือระดับการศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Universal Truth ของ Rodriguez (2020) ที่ระบุว่า เป็น

หัวใจของการเล่าเรื่อง ที่นำเสนอความรู้สึกของมนุษย์ที่มนุษย์ทุกคนสามารถรู้สึกได้ เชื่อมต่อได้ โดยไม่เกี่ยวกับพื้นฐานชีวิต ประสบการณ์ชีวิต อายุ ศาสนา จุดยืนทางการเมือง หรือภูมิภาเนาที่อยู่ ซึ่งจะทำให้ทุกคนสามารถเชื่อมต่อกับเรื่องเล่าได้อย่างเป็นปัจเจก อันเป็นไปตามแนวคิดเรื่องอำนาจอ่อน ที่ Nye (1990) ระบุว่า อำนาจอ่อนจะมีผลในเชิงปัจเจกมากกว่าในรูปของรัฐ

ด้วยแก่นของเรื่อง (Theme) และโครงเรื่อง (Plot) ที่เข้าถึงความต้องการและความรู้สึกพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมต่อและเข้าถึงเรื่องราวได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kang (2022) ที่กล่าวว่า เรื่องราวที่จะสะท้อนออกมาได้ดีควรจุดลึกลงไปในพื้นที่ความต้องการ และธรรมชาติของมนุษย์ที่ไม่ยึดโยงกับเชื้อชาติ หรือสัญชาติ ซึ่งสิ่งที่อยู่ใน Squid Game ยังครอบคลุมไปถึงจุดที่มีร่วมกันของทุกคนในโลก ทั้งอารมณ์โกรธ ความเดียวดาย หรือความต้องการให้มีใครสักคนในชีวิต ซึ่งนอกจากจุดร่วมแล้ว ข้อสังเกตประการหนึ่งจากการนำเสนอวัฒนธรรมในภาพยนตร์ชุด Squid Game คือ การสร้างความหลากหลายทางวิถีชีวิต เพศ ภูมิภาเนา เชื้อชาติ ศาสนา ที่ทำให้เกิดความครอบคลุมผู้รับสารที่ไม่ได้มีแค่ชาวเกาหลีใต้เท่านั้น ตัวละครในเรื่อง ถูกออกแบบมาให้มีความหลากหลายทั้งชาวเกาหลีใต้ที่เป็นชนชั้นกลาง ตกอับ นักเลง ชาวเกาหลีเหนือที่เป็นผู้หลบหนีเข้าเมือง ชาวปากีสถานที่เป็นชนชั้นแรงงาน และชาวตะวันตกที่เป็นชนชั้นนายทุน และความหลากหลายนี้ถูกสะท้อนออกมาผ่านเครื่องแต่งกาย ภาษา หรือวิถีชีวิตที่ใช้ ซึ่งความหลากหลายนี้ ทำให้เกิดความครอบคลุมกลุ่มคนดูในหลากหลายลักษณะทางประชากร ซึ่งเป็นการสร้าง “จุดร่วม” กับผู้ชมที่ไม่ได้มีเพียงชาวเกาหลีใต้ ผู้ชมที่มีพื้นเพในชีวิตแตกต่างออกไปจากความเป็นชาวเกาหลีใต้ สามารถพบว่า ตนเองสามารถเชื่อมโยงกับความเป็นตัวละครในเรื่องได้ง่ายขึ้น ผ่านการออกแบบตัวละครให้มีความหลากหลายครอบคลุม ซึ่งเมื่อผู้ชมมีจุดร่วมกับตัวละครแล้ว ผู้ชมจะรู้สึกเชื่อมโยงกับเรื่องราวได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางจิตวิทยามนุษย์ที่ระบุว่า หากเนื้อหาที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารนั้น สามารถรับรู้ถึงทัศนคติ และประสบการณ์ ที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับสารมีอยู่ ผู้รับสารจะมีการเปิดรับและมีโอกาสถูกชักจูงได้ง่ายขึ้นในการโน้มน้าวใจอีกด้วย (Souter, 2007) ซึ่งจุดร่วมที่หลากหลายครอบคลุมเหล่านี้ ทำให้เกิดความรู้สึก “มีตัวตน” และได้รับการกล่าวถึงของตน จุดร่วมจึงกลายเป็น “จุดเริ่ม” ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสนใจ จนเกิดเป็นการเปิดรับสื่อและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมต่อไป

วัฒนธรรมที่เข้าใจง่ายและทำให้เกิดประสบการณ์ได้ มีโอกาสถูกผลิตซ้ำได้ในวงกว้างจนกลายเป็นอำนาจอ่อน

จากปรากฏการณ์ Squid Game พบว่า รูปแบบวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) มีการออกแบบให้ง่ายทั้งเรื่องรูปร่าง ลักษณะ และขั้นตอนการดำเนินการ รูปร่างที่ปรากฏซ้ำๆ ในภาพยนตร์ชุดตลอดทั้ง 9 ตอน คือวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์พื้นฐานที่อยู่ในเส้นพื้นของการเล่น “เกมปลาหมึก” ซึ่งทั้ง 3 แบบเป็นสัญลักษณ์พื้นฐานที่มีการใช้ในปุ่มกดของเครื่องเกม Play Station ที่มีความเรียบง่ายแต่สื่อความแตกต่างได้อย่างชัดเจน นอกจากนั้นวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ยังเป็นสามสัญลักษณ์พื้นฐานที่เป็นต้นกำเนิดของจักรวาลที่มีปรากฏในศตวรรษที่ 18 ด้วย (Lai, 2021) ทำให้ทั้งวงกลม สามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยม ล้วนเป็นรูปทรงพื้นฐานที่มีความง่ายและมนุษย์มีความคุ้นเคย ได้ถูกนำมาใช้เพื่อสื่อสารลำดับชั้นของโครงสร้างสังคมสำหรับผู้เล่นเกม โดยหน้ากากที่มีวงกลม จะเป็นเจ้าหน้าที่ในระดับชั้นที่ต่ำที่สุด สูงขึ้นไปเป็นสามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยมตามลำดับ

นอกจากรูปร่างสัญลักษณ์แล้ว การกำหนดลักษณะเครื่องแต่งกายของผู้เล่น และผู้คุมเกม ให้มีความง่ายและร่วมสมัยอย่างการใช้เสื้อแจกเก็ต เสื้อยืดของผู้เล่นเกม และชุดแขนยาวขาวสะอาดของผู้คุมเกม ทำให้วัฒนธรรมการแต่งกายที่อยู่ในภาพยนตร์มีความง่ายต่อการนำไปผลิตซ้ำเป็นสินค้า และผลิตภัณฑ์ ทั้งเครื่องแต่งกายของผู้เล่น ผู้คุม และรวมถึงหน้ากากด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Lai (2021) ที่กล่าวว่า Squid Game มีความพร้อมที่ทำให้เกิดการผลิตซ้ำได้ในหลายๆ ประเทศโดยไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะทำให้ตอบสนองกับผู้คนในประเทศนั้นๆ มากเกินไป และแนวคิดของ Statt (2021) ที่ระบุว่า จากกระแส Squid Game ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Squid Game เช่น เครื่องแต่งกายของผู้เล่น ผู้คุมในเกม ซึ่งในช่วงที่มีการเผยแพร่ทางสตรีมมิง เป็นช่วงเทศกาลฮาโลวีนของปี จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ชุดเป็นที่ต้องการเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนที่เป็นส่วนสำคัญของภาพยนตร์ชุด Squid Game คือการนำเสนอวัฒนธรรมการเล่นของเกาหลี เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเกมการแข่งขัน ซึ่งลักษณะร่วมกันของทั้ง 7 เกมในเรื่องคือ ความเข้าใจง่าย กฎกติกาและอุปกรณ์ที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งในการดำเนิน

เรื่อง ก็ยังมีบทสนทนา (Dialog) ที่นำเสนออุดมการณ์ความง่ายของเกม และการเชื่อมโยงไปสู่ประสบการณ์ในวัยเด็ก เช่น “...เหมือนที่เราเล่นกันตอนเด็กๆ...” ในตอนที่ 1 “...ที่เด็กเล่นกันอะเธอ...” ในตอนที่ 2 “...เกมเด็กๆ กฎไม่ซับซ้อน...” ในตอนที่ 3 และ “...พวกนั้นบอกว่า กฎของเด็กๆ มันงมงาย ก็เลยต้องรักษาเอาไว้ ให้ตัวฟรีไปรอนจนกว่าเพื่อนจะเล่นเสร็จ...” ในตอนที่ 7 และด้วยความง่าย ไม่ซับซ้อน ทั้งในเชิงกติกาและอุปกรณ์ จึงทำให้ในหลายๆ ประเทศสามารถผลิตซ้ำ “ประสบการณ์” ในการเป็นผู้เล่นเกมได้โดยไม่ต้องปรับแต่งมากมายนัก จนเกิดเป็น Real-Life Squid Game ในหลายประเทศทั้งสหรัฐอเมริกา อังกฤษ อิตาลี และสหรัฐอเมริกา (Farrant, 2021; Bisset, 2021; Hornbuckle, 2022; Spangler, 2022; Poiso, 2022) จนเกิดเป็น “สินค้าเชิงประสบการณ์” ที่ผู้ที่ได้รับชมภาพยนตร์ชุดสามารถเข้ามาสัมผัสได้ด้วยตัวเอง และผู้เข้าร่วมเล่นยังสามารถต่อยอดเป็นเนื้อหาในสื่อออนไลน์ได้ต่อไป ดังเช่นในบทสนทนาตอนที่ 9 ที่กล่าวว่า “...เพราะการเฝ้าดู มันไม่สนุกเหมือนลงไปเล่นด้วยตัวเอง...”

และเนื่องจากอำนาจอ่อน เป็นการ “เชื้อเชิญ” ให้ผู้ชมต้องการเข้ามามีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมที่นำเสนอไว้ในสื่อ ดังนั้นวัฒนธรรมที่ถูกเลือกเพื่อนำเสนอในสื่อ จะต้องมีความง่าย ไม่ซับซ้อน หากเป็นอุปกรณ์ควรเป็นสิ่งที่หาง่าย และสามารถหยิบจับขึ้นมาใช้งานได้ในเวลาไม่นาน เช่น การเล่นเกมแก้ว (ตอนที่ 6) การเล่นเกมที่ใช้เพียงกระดาษพับสองแผ่น (ตอนที่ 1 และ 9) หรือวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่ง่าย อย่างมันฝรั่งต้ม ไข่ต้ม ข้าวโพดต้ม การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ง่ายไม่ซับซ้อนของผู้คุมและผู้เล่น รวมถึงกฎกติกาของเกมการเล่นที่ไม่ยากต่อการเข้าใจ เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการผลิตซ้ำจากผู้ชมในหลากหลายพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่อง *ปรากฏการณ์ สควิด เกม: รูปแบบและการนำเสนอวัฒนธรรมในการสื่อสารผ่านสื่อบันเทิงคดีที่ส่งผลในระดับอำนาจอ่อน* ผู้วิจัยจัดทำเป็นข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

1. ในการผลิตสื่อเพื่อสร้างผลกระทบได้ในระดับอำนาจอ่อน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านวัฒนธรรมและการผลิตสื่อ ควรเลือกรูปแบบวัฒนธรรมที่มีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน แต่มี “จุดร่วม” ทั้งความเหมือนและความหลากหลายให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมในวงกว้าง มากกว่าให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่มีความวิจิตร ซับซ้อน งมงาย แต่ไม่สามารถเข้าถึงได้จากผู้คนในระดับโลก

2. ในการผลิตสื่อเพื่อสร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ควรมุ่งเน้นนำเสนอวัฒนธรรมอย่างตรงไปตรงมา ควรมีการร้อยเรียงวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุ (Material Culture) และที่ไม่เป็นวัตถุ (Non-Material Culture) ผ่านวิธีการเล่าเรื่องที่ตรงกับทัศนคติและประสบการณ์ของคนโดยทั่วไป เพื่อให้การสื่อสารวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นการ “หยิบยื่น” มิใช่การ “ยัดเยียด” ตามหลักการอำนาจอ่อน และควรคำนึงถึงรูปแบบการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ด้วย

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อวิเคราะห์รูปแบบวัฒนธรรม ตลอดจนวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมในสื่ออื่นๆ ที่เคยสร้างผลกระทบในระดับอำนาจอ่อนให้มากขึ้น เพื่อทำการเปรียบเทียบและจัดทำเป็นแนวทางสำหรับการสร้างสื่อในประเทศไทยต่อไป

การสื่อสารเพื่อคาดหวังผลในระดับอำนาจอ่อน เป็นการคาดหวังผลจากการส่งออกวัฒนธรรมไปสู่ระดับสากล ดังนั้น การ “แปรรูป” วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้สร้างสื่อ ตลอดจนรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรตระหนัก เพราะอำนาจอ่อนมีประเด็นสำคัญอยู่ที่การยินยอมเปิดรับของผู้ชมซึ่งเป็นประชากรโลกโดยผ่านช่องทางที่เหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

- Bisset, J. (2021). *A Real-Life Squid Game is Happening in Abu Dhabi*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.cnet.com/culture/entertainment/a-real-life-squid-game-is-happening-in-abu-dhabi/>.
- Cohen, A. (2009). Many Forms of Culture. *American Psychologist*, 64(3), 194 – 204.

- Farrant, T. (2021). *Italy Joins the List of Countries Creating Real-Life Squid Game*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.euronews.com/culture/2021/11/22/italy-joins-the-list-of-countries-creating-real-life-squid-games>.
- Horn, P. (n.d.). Foundations and Characteristics of Culture. In *Culture, Civilization, and Human Society*, Vol. 1. United Nation – Encyclopedia of Life Support System (EOLSS). Retrieved from <https://www.eolss.net/sample-chapters/c04/E6-23-01-01.pdf>
- Hornbuckle, J. (2022). *You Can Play ‘Squid Game’ for Real Across UK...and Stay Alive*. Retrieved from December 3, 2022, from <https://www.timeout.com/news/you-can-play-squid-game-for-real-across-the-uk-and-stay-alive-072822>.
- Huang, Y. (2022). Analysis on South Korea Soft Power – Taking BTS, Parasite, and Squid Game as Examples. in Chen, Y.B. (Ed.), *2022 International Conference on Comprehensive Art and Cultural Communication* (pp. 80 – 84). Chongqing, China: Atlantis Press.
- Kang, I. (2021). *Why Does ‘Squid Game’ Resonate so Well in the U. S. ? It may be Its Portrayal of Economic Despair*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.washingtonpost.com/arts-entertainment/tv/2021/10/08/squid-game/>.
- Kang, H. (2022). *‘Squid Game’ Star Reflects on Global Allure on Korea Culture*. Retrieved December 3, 2022, from <https://asia.nikkei.com/Life-Arts/Arts/Squid-Game-star-reflects-on-the-global-allure-of-South-Korean-culture>.
- Lai, Y. (2021). *How Does Squid Game Succeed in Cross-Cultural Communication?*. Retrieved December 3, 2022, from <https://massmediandculture.com/how-does-squid-game-succeed-in-cross-cultural-communication%E0%BF%BC/>.
- Moon, M. (2021). *Netflix Says 142 Million Households Watched Korean Series ‘Squid Game’*. Retrieved December 3, 2022, from <https://techcrunch.com/2021/10/20/netflix-says-142-million-households-watched-korean-series-squid-game/?guccounter=1>.
- Northeast Wisconsin Technical College. (n.d.). *Introduction to Diversity Studies*. Retrieved December 3, 2022, from <https://wtcs.pressbooks.pub/diversityintro/>.
- Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80(Autumn, 1990), 153 – 171.
- Nye, J. S. (2021). Soft Power: The Evolution of Concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196-208. doi: 10.1080/2158379X.2021.1879572.
- Pisamorn, K. (2021). *Writing Documentaries and Fiction Dramas*. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.trueplookpanya.com/learning/detail/34497>.
- Poisuo, P. (2022). *Squid Game Just Happened in Real Life with One Big Difference*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.looper.com/111603/movies-practically-flawless/>.
- Rodriguez, M. (2020). *Brand Storytelling*. Great Britain: KoganPage.
- Sae-ung, K. (2019). *South Korean Soft Power Policies and Culture Exports from 1997 – Present* (Bachelor of Arts). Asian Studies. Faculty of Arts, Silpakorn University. Bangkok.
- Souter, N. (2007). *Persuasive Presentations: How to Get the Response You Need*. UK: Sterling Publishing Co., Inc.

- Spangler, T. (2022). *You Can Play ‘Squid Game’ in Real Life with Your Friends (Without the Dying Part) Starting Next Month*. Retrieved December 3, 2022, from <https://variety.com/2022/digital/news/squid-game-in-real-life-1235330904/>.
- Spielman, R.M. (2017). *Psychology*. Texas: OpenStax.
- Statt, N. (2021). *The New Rules of Going Viral*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.protocol.com/newsletters/sourcecode/squid-game-netflix-goes-viral>.
- Sukonthasup, R. (2018). Invigorating Thailand’s Soft Power Resources. *The National Defence College of Thailand Journal*, 60(3), 48 – 55.
- Williams, Z. (2021). *Squid Game Owes Its Popularity to Anxieties of Modern Life*. Retrieved December 3, 2022, from <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/09/netflixs-squid-game-owes-its-popularity-to-anxieties-of-modern-life>.
- Wood, J. T. (2009). *Communication in Our Lives* (5th ed.). Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Yavuzaslan, K. , & Cetin, M. (2014). Soft Power Concept and Soft Power Indexes. in *14th Eurasia Business and Economics Society Conference*. (pp. 395 – 409). Barcelona, Spain: Eurasia Business and Economics Society