

การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยของไทยเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของสังคม

: มุมมองของเยาวชนไทยต่อศิลปะร่วมสมัยของไทยเทียบกับต่างชาติ ปี 2560

Research Paper on the perception of Thai contemporary arts and how it can strengthen
the society: Thai Youths' Perception on Thai Contemporary Arts vis-à-vis foreign
contemporary arts 2017

¹บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ (Boonyakiat Karavekphan)

²ปกาสิทธิ์ วัฒนา (Pakasit Wattana)

³ัทธกร ธนาวริทธิ์ (Tatporn Tanavarit)

มหาวิทยาลัยรามคำแหง (Ramkhamhaeng university)

Email: yao5022@gmail.com

Received September 15, 2018; Revised September 28, 2018; Accepted March 15, 2019

Abstract

Research Paper on the perception of Thai contemporary arts and how it can strengthen the society: Thai Youths' Perception on Thai Contemporary Arts vis-à-vis foreign contemporary arts 2017. This research paper is both quantitative and qualitative. On the quantitative aspect, the paper surveys 300 samples of youths aged 18–25 with a bachelor degree, whom are known as Generation Y, in Bangkok. On the qualitative aspect, the researcher conducts a focus group of 10 samples with comprehensive interviews. The results are: 1. Perspectives of Thai youths on the contemporary arts vary greatly. 2. Youths tend to spend 3–4 times more on foreign goods and services than Thai ones. 3. Youths' exposures to the arts depend greatly on online media, followed by television, radio and film.

Keywords: Contemporary arts, Thai Youths' Perception

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยของไทยเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของสังคม: มุมมองของเยาวชนไทยต่อศิลปะร่วมสมัยของไทยเทียบกับต่างชาติ ปี 2560 เป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม ครอบคลุมการศึกษากลุ่มตัวอย่างเยาวชนไทยในระดับการศึกษาปริญญาตรี 18-25 ปี (Generation Y) จำนวน 300 ตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. มุมมองของเยาวชนไทยความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยนั้นมีค่อนข้างหลากหลาย 2. พฤติกรรมการใช้จ่ายของเยาวชนต่อการบริโภคสินค้าและบริการวัฒนธรรมต่างชาติมีมากกว่าวัฒนธรรมไทย 3-4 เท่า 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้แก่ สื่อออนไลน์ รวมถึงโทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์

คำสำคัญ : ศิลปะร่วมสมัย, มุมมองของเยาวชนไทย

บทนำ

ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกที่ไร้พรมแดน ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมไทยทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมตามมา รวมถึงปัญหาเกี่ยวกับค่านิยมที่เปี่ยมเบนไม่พึงประสงค์ของสังคม ภาครัฐจึงมีจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวซึ่งมีผลกระทบที่รุนแรงในระดับชาติ

กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ 20 ปี ซึ่งมีเป้าหมายทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมนานาชาติ มีภาพลักษณ์ความสัมพันธ์ที่ดี และได้รับการยอมรับในเวทีทางวัฒนธรรมระดับสากล ผลักดันสังคมไทยเป็นสังคมแห่งคนดีมีคุณธรรม จริยธรรม เอื้ออาทรมีความปรองดองสมานฉันท์ มีรายได้และความมั่นคงจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และบริการทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น

วัฒนธรรมไทยในสาขาศิลปะร่วมสมัยเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เนื่องจากสินค้าและบริการที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมความเป็นไทยในปัจจุบันสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ และชุมชนไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การซื้อสินค้าและบริการ หรือการสร้างห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องกับสินค้าและบริการนั้น ๆ ผู้วิจัยจึงต้องการทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัย และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปัจจัยที่สร้างความแตกต่าง โดยมุ่งเน้นวิธีการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์และบริการในแขนงต่าง ๆ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยจากมุมมองของเยาวชนไทยเพื่อวัดการรับรู้เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยของไทยในแง่มุมมองของการตระหนักรู้ เทียบกับศิลปะร่วมสมัยต่างชาติ เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น อเมริกา และประเทศตะวันตกอื่นๆ ในด้านที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องแต่งกาย อาหาร และเครื่องดื่ม เพลง ดนตรี ละคร ซีรีส์ และรายการโทรทัศน์ การใช้สื่อสารสนเทศ Application หรือเกม LINE
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของเยาวชนต่อการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะร่วมสมัยของไทยเทียบกับต่างชาติ

3. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ และพฤติกรรมการบริโภค (ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ) ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะร่วมสมัย เช่น ประโยชน์ใช้สอย กระแสนิยม การประชาสัมพันธ์ ช่องทางการขาย เป็นต้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่ใช้วิจัยทั้งเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม ครอบคลุมการศึกษากลุ่มตัวอย่างเยาวชนไทยในระดับการศึกษาปริญญาตรี 18-25 ปี (generation Y) จำนวน 300 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling สำหรับการสำรวจเชิงปริมาณโดยต้องมีส่วนผสมที่ดีระหว่างชาย/หญิง ระดับรายได้ครอบคลุม และประเภทของสถาบันการศึกษาโดยแบ่งเป็นมหาวิทยาลัยภาครัฐ 100 ตัวอย่าง มหาวิทยาลัยภาคเอกชน 100 ตัวอย่าง สถาบันราชภัฏ และสถาบันการศึกษาเทียบเท่า 100 ตัวอย่าง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจะเป็นการทำสัมภาษณ์ลงพื้นที่แบบตัวต่อตัว (face-to-face) โดยผู้สัมภาษณ์จะทำการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามที่กำหนดโดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) วัฒนธรรมหลักที่สนใจ 3) การเปรียบเทียบวัฒนธรรมที่สนใจและวัฒนธรรมไทย 4) ข้อเสนอแนะ การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้เครื่องมือสถิติในการประมวลผลข้อมูล และในการวิเคราะห์จากโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามของการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (focus group) ทั้งหมด 3 กลุ่มการสัมภาษณ์แต่ละกลุ่มมีผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 6 - 8 คนต่อกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะเป็นกลุ่มที่มีการบริโภควัฒนธรรมหรือศิลปะร่วมสมัยไทย ญี่ปุ่น เกาหลี และตะวันตกเป็นหลักใน 5 ด้านที่ทำการศึกษา ได้แก่ (1) เครื่องแต่งกาย (2) อาหาร และเครื่องดื่ม (3) เพลง ดนตรี (4) ละคร ซีรีส์ และรายการโทรทัศน์ (5) การใช้สื่อสารสนเทศ Application หรือเกม LINE ซึ่งจะมีการ Random จากฐานข้อมูลเบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพในการคัดเลือกตัวอย่าง (มีการบันทึกรายละเอียดในการที่ผ่าน Screen และไม่ผ่าน screen พร้อมเหตุผลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์) และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คนการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะจงสำหรับคนที่เป็ผู้นำกลุ่มวัฒนธรรมไทยใน 5 ด้านที่ทำการศึกษา ได้แก่ (1) เครื่องแต่งกาย (2) อาหาร และเครื่องดื่ม (3) เพลง ดนตรี (4) ละคร ซีรีส์ และรายการโทรทัศน์ (5) การใช้สื่อสารสนเทศ Application หรือเกม LINE โดยผู้ที่ถูกสัมภาษณ์จะมาจากการเลือกตัวอย่างแบบ Snowball

โดยมีขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษาคือ

1. การวิจัยครอบคลุมการศึกษาการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อศิลปะร่วมสมัยของไทยเมื่อเทียบกับต่างชาติ
2. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะร่วมสมัยของไทยเมื่อเทียบกับต่างชาติ รวมถึงมูลค่าในการใช้จ่ายต่อสินค้า และบริการดังกล่าว
3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ หรือการตระหนักรู้ที่มีต่อศิลปะร่วมสมัยของไทยเมื่อเทียบกับต่างชาติ
4. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะร่วมสมัยของไทยเมื่อเทียบกับต่างชาติ

ทบทวนวรรณกรรม

Pongsapich (1991) อธิบายว่า วัฒนธรรม คือ รูปแบบพฤติกรรม วิธีชีวิต และระบบสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในสังคม วัฒนธรรมในแต่ละสังคมจะเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ และถ่ายทอดสู่รุ่นต่อรุ่นในสังคมโดยมีทั้งวัฒนธรรมในเชิงนามธรรมซึ่งได้แก่ ภาษา ความเชื่อ กริยา มารยาท และวัฒนธรรมในเชิงรูปธรรมซึ่งได้แก่ อาคาร บ้านเรือน วัด และศิลปกรรม ประติมากรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้

Suparuekchaisakul, Kijarattham, Chanprasert & Puengposop (2014) ได้อธิบายการที่วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปในด้านใดก็ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ ว่าได้เปิดรับสิ่งแปลกใหม่ที่เข้ามากระทบได้มากน้อยเพียงไร หรือจะปิดกั้นไม่ยอมรับเลยแล้วปล่อยให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปเองอย่างช้า ๆ ในกรอบที่ขีดกั้นไว้ซึ่งการจำกัดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงนั้นอาจออกกฎหรือการจำกัดด้วยข้อห้ามก็ได้วัฒนธรรมยังหมายถึง ผลผลิตและสิ่งของด้วย วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่กว้างลึกครอบคลุมวิถีชีวิต บรรทัดฐาน คุณค่า จารีตประเพณีความเชื่อ ระบบความคิดของสังคมมนุษย์ ดังนั้นการวิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรม จึงต้องมุ่งไปในรายละเอียดทุกแง่มุม และต้องมองวัฒนธรรมแบบองค์รวม ทั้งนี้โดยไม่ลืมที่จะดูสิ่งแวดล้อมในสถานะและสถานการณ์ของช่วงนั้น ๆ ว่ามีผลกระทบต่อวัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด และทำให้วัฒนธรรมนั้น ๆ แปรเปลี่ยนไปในรูปใดทั้งนี้เพราะการจะเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจสังคมหนึ่ง ๆ อย่างถ่องแท้ นั้น วัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญมาก โดยได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม

1. ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (cultural Diffusion Theory) ทฤษฎีนี้จะเน้นถึงกระบวนการทางประวัติศาสตร์ที่ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเรียกว่า “ลักษณะเฉพาะทางประวัติศาสตร์” (historical particularism) ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมนี้จะช่วยอธิบายวิธีการ/ขั้นตอน ของการเผยแพร่วัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง ซึ่งจะต้องคำนึงถึงข้อเหมือนและข้อต่างของวัฒนธรรมทั้งสองเป็นสำคัญ

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม ข้อหนึ่ง การศึกษาเรื่องการปรับตัวทางวัฒนธรรม ควรพิจารณาองค์ประกอบด้านศิลปวัฒนธรรม และสังคมวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ข้อสอง องค์ประกอบต่างๆ ของวัฒนธรรมเรียงร้อยประสานเข้าเป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นองค์รวม มีลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคม วัฒนธรรม ข้อสาม การปฏิสัมพันธ์กับสังคมข้างเคียงหรือการค้นพบสิ่งใหม่ภายในสังคมตนเองจะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการคงอยู่ของสังคมวัฒนธรรมนั้น ๆ ข้อสี่วัฒนธรรมคือระบบสัญลักษณ์องค์ประกอบแต่ละส่วนมีความหมายและสื่อความหมายที่ลึกซึ้งและกว้างขวางกว่าข้อเท็จจริง ข้อห้า การดำเนินชีวิตของมนุษย์ต้องดำเนินเป็นกลุ่ม การปรับเปลี่ยนสังคมวัฒนธรรมเป็นการปรับเปลี่ยนในกลุ่มมากกว่าในระดับปัจเจกบุคคล การสืบทอดวัฒนธรรมต้องถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่งเป็นกลุ่ม การปรับตัวทางวัฒนธรรมจึงเป็นการปรับเปลี่ยนของกลุ่ม ข้อหก พฤติกรรมของมนุษย์ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ไม่มีพฤติกรรมใดที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้เลย และข้อเจ็ด การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่งมีกระบวนการและขั้นตอน วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันมีส่วนส่งเสริมให้การปรับตัวเป็นไปได้ดีและเร็วขึ้น เช่นเดียวกับทัศนคติที่ดีของผู้ไปอยู่ใหม่ต่อสถานที่ไปอยู่ก็มีผลต่อการปรับตัวและยอมรับสังคมได้ดีด้วย

3. ทฤษฎีความก้าวหน้าทางวัฒนธรรม (Cultural Progress) ปริมาณพลังงานที่แต่ละคนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในแต่ละปี (Energy) คือ ประสิทธิภาพของเครื่องมือทางเทคนิควิทยาในการนำพลังงานมาใช้ (Technology or Efficiency of Tools) C คือ ระดับพัฒนาการทางวัฒนธรรม (Degree of Cultural Development)

4. แนวคิดความล้าหลังทางวัฒนธรรม (Cultural Lag) มองว่าการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมจะก่อให้เกิดภาวการณ์ปรับตัวไม่ทันขึ้นเสมอ ทำให้เกิดความเฉื่อยหรือความล้าหลังทางวัฒนธรรมขึ้น

Ponpipatsarn (2017) ได้ศึกษากระบวนการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในประเพณีท้องถิ่นไทย โดยใช้แนวคิด 3 ด้าน คือ แนวคิดทางวัฒนธรรม แนวคิดการถ่ายทอด และแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน แต่ปัจจัยหลักที่มีผลอย่างยิ่ง ได้แก่ (1) การพัฒนาทางการเมือง การปกครอง และเศรษฐกิจ (2) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร (3) สภาพสังคมและวิถีการดำเนินชีวิต (4) ความเชื่อและความศรัทธา ทั้ง 4 ปัจจัยนี้ล้วนมีผลเชื่อมโยงกัน และยังเป็นสิ่งที่สะท้อนประเพณีท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ณ ห้วงเวลานั้น ๆ

Nuttavuthisit et al. (2010) ได้ศึกษาพลวัตและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของโลก การผสมผสานทาง วัฒนธรรม และกระแสวัฒนธรรมใหม่ การศึกษาและทบทวนทั้งประวัติศาสตร์และคุณค่าของโลก (Global Value) พบว่าวัฒนธรรมโลก (Global Culture) มิได้เกิดจากวัฒนธรรมชุดใดชุดหนึ่ง หากแต่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรม และกระแสวัฒนธรรมใหม่ การศึกษาและทบทวนทั้งประวัติศาสตร์และคุณค่าของโลก (Global Value) พบว่าวัฒนธรรมโลก (Global Culture) มิได้เกิดจากวัฒนธรรมชุดใดชุดหนึ่ง หากแต่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่าง วัฒนธรรมหลายพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งทางด้านกายภาพและจิตวิญญาณ และด้วย กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) สามารถแบ่งผลกระทบได้เป็น 5 มุมมองได้แก่ (1) การสร้างความทันสมัย (2) การสร้างความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว (3) การสร้างความเป็นเสรี (4) การทำให้เป็นสากลและ (5) การลบ เลือนของ อาณาเขตและเขตแดนของประเทศ ผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์นำไปสู่กระแสวัฒนธรรมใหม่ (Emerging Culture) (6) กระแส อันเกิดจากการประสานรวม (Hybridization) การกลืนทางวัฒนธรรม (Homogenization) และการต่อต้าน (Resistance) ประกอบด้วย กระแสวัฒนธรรมสากล (Cosmopolitan Culture) เป็นกระแสที่สะท้อนภาพความเป็นธรรม การยอมรับในความแตกต่างและความเสมอภาค กระแสวัฒนธรรมเสมือนจริง (Virtual Culture) เกิดเป็น เครือข่ายทางสังคม (Social Networking) นำมาสู่การไหลเวียนและความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Diversity) กระแสวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทันควัน (Reflexive Culture) นำมาสู่วิถีชีวิตที่เร่งรีบเพื่อตอบสนองต่อสิ่งรอบข้างอย่างฉับพลัน กระแสวัฒนธรรมตามจริต/ใจฉัน (“Me” Culture) ซึ่งเป็นกระแสที่ อาจนำไปสู่สภาวะความล่มสลายทาง จิตวิญญาณ อันเกิดจากการแข่งขันในระบบทุนนิยม บริโภคนิยม กระแส วัฒนธรรมรำลึก (Cultural Reminiscence) เป็นกระแสที่ สะท้อนถึงการหวนรำลึกถึงมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อคงจุดยืน และ รักษาอัตลักษณ์ของตนไว้และกระแสวัฒนธรรมธรรมาภิบาล (Governance Culture) สะท้อนถึงความจำเป็นที่ สังคมมนุษย์จะต้องปรับไปสู่สังคมแห่งธรรมาภิบาล ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยตั้งแต่ในอดีตจวบจน ปัจจุบันนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อ สังคมและวัฒนธรรมไทยทั้งเชิงอุปสรรคและโอกาส ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนิน ชีวิต 4 ด้าน คือ (1) วิถีชีวิต ทักษะคิดและความเชื่อในสังคม (2) ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (3) กระบวนการเรียนรู้ (4) พฤติกรรมการบริโภค

ในการกล่อมเกลางานทางสังคม Dawson & Prewitt (1969) อธิบายว่า การกล่อมเกลางานทางตรงสามารถแบ่ง ออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. การเลียนแบบ ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นได้ในทุกช่วงวัย การเลียนแบบอาจเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ เช่น เด็ก ๆ จะเลียนแบบค่านิยมของผู้ใหญ่โดยไม่รู้ตัว ขณะที่ผู้ใหญ่อาจจะเลียนแบบเพราะความศรัทธาต่อ วัฒนธรรมที่พบเห็น
2. การเรียนรู้โดยการคาดการณ์ล่วงหน้า เป็นการยอมรับในค่านิยมและพฤติกรรมที่สมาชิกในสังคมอยาก เป็น
3. การศึกษา เป็นการเรียนรู้โดยตรงไปตรงมา ผ่านองค์กรหรือสถาบัน เช่น ครอบครัว สถานศึกษา หน่วยงานของรัฐ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างวัฒนธรรมที่องค์กรหรือสถาบันต้องการ

4. ประสบการณ์โดยตรง เกิดจากการรับรู้ พบเห็นวัฒนธรรมเหล่านั้นโดยตรง

การกล่อมเกลาทางอ้อมสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การเรียนรู้ระหว่างบุคคล เป็นการเรียนรู้จากการติดต่อสัมผัสระหว่างบุคคล ในครอบครัว ชุมชนและโรงเรียน นักสังคมวิทยามีความเชื่อว่าอุปนิสัยของบุคคลขึ้นอยู่กับ การเรียนรู้ที่เขาได้รับอย่างไม่เป็นทางการตั้งแต่วัยเด็ก

2. การฝึกหัดอบรม เกิดจากประสบการณ์ เช่น สถานศึกษา

3. ระบบความเชื่อและค่านิยม ค่านิยมทั่ว ๆ ไปจะมีผลต่อการสร้างวัฒนธรรม

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการทำสัมภาษณ์เชิงลึก คือ กลุ่มที่เป็น Heavy User ในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรม ได้แก่ ดึงเกาหลีส หรือเยาวชนผู้หลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลี โอตาคุหรือเยาวชนผู้หลงใหลในวัฒนธรรมญี่ปุ่น สาย ฟ.หรือเยาวชนผู้หลงใหลในวัฒนธรรมตะวันตก และกลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย โดยกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายทั้งกลุ่มมหาวิทยาลัยภาครัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยนานาชาติ สถาบันเทคโนโลยี จากหลายชั้นปี และหลากหลายคณะการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวอยู่ระหว่าง 50,000 – 85,000 บาทต่อปี

จากการสัมภาษณ์พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ยังคงใช้จ่ายไปกับ การบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นของวัฒนธรรมต่างชาติไม่ว่าจะเป็น เกาหลี (เช่น การแต่งตัว การแต่งหน้า เครื่องสำอาง ซีรีส์) ญี่ปุ่น (เสื้อผ้า เครื่องสำอาง) และตะวันตก (เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เพลง ซีรีส์ ภาพยนตร์) โดยค่าใช้จ่ายรวมที่เยาวชนกลุ่มนี้ใช้จ่ายต่อเดือนเมื่อเทียบกับการใช้จ่ายกับวัฒนธรรมไทยพบว่าค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อเดือนมากกว่าประมาณ 3-4 เท่า โดยเฉพาะกับกลุ่มดึงเกาหลีสที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการซื้อสินค้าและบริการจากเกาหลีประมาณ 11,000 บาทต่อเดือนในขณะที่ใช้จ่ายกับสินค้าและบริการไทยประมาณ 3,500 บาทต่อเดือน กลุ่มโอตาคุ ใช้จ่ายโดยรวมกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นประมาณ 9,000 บาทต่อเดือน ในขณะที่ซื้อสินค้าและบริการไทยประมาณ 2,700 บาทต่อเดือน กลุ่มสาย ฟ. มีการใช้จ่ายประมาณ 7,800 บาทต่อเดือนสำหรับวัฒนธรรมตะวันตกในขณะที่ใช้จ่ายกับของไทย 2,300 บาทต่อเดือน อย่างไรก็ตามจากข้อสังเกตพบว่ากลุ่มที่หลงใหลในวัฒนธรรมไทยจะมีลักษณะบางอย่างที่แตกต่างจากกลุ่มวัฒนธรรมนอก คือ การที่ครอบครัว และสถานศึกษาเข้ามามีบทบาทในการปลูกฝังวัฒนธรรมไทยตั้งแต่วัยเด็ก

รูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน

เยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่าวัฒนธรรมค่อนข้างดีโดย คำว่า วัฒนธรรม ในความเข้าใจของเยาวชน ได้แก่ สิ่งที่สืบทอดกันมาแต่โบราณซึ่งสิ่งที่ดียังอยู่มาจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่ทำมาจนเป็นแบบแผน ถูกสืบทอดกันมาเป็นรุ่นๆ เช่น สงกรานต์ อาหารไทย การรำ การไหว้ การมีสัมมาคารวะเคารพผู้อาวุโส ในขณะที่ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยนั้นไม่ค่อยหลากหลาย ได้แก่ ศิลปะที่แหวกออกมากจากเดิม เช่น การทำ Music VDO ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยทศกัณฐ์ การประยุกต์จากของเดิมขึ้นมาใหม่ เช่น เพลงราชินีเป็นดนตรีไทย การเอาวัฒนธรรมหลายๆด้านมาประยุกต์เป็นการนำเอาศิลปะของไทยที่มีอยู่มาประยุกต์กับของสากล เช่น บทเพลงของบี โทเฟนมาบรรเลงผ่านซิม เป็นต้น

ในเวลาว่างจากการเรียนเยาวชนส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการเล่น Social Application ผ่านออนไลน์อินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Instagram หรือ Twitter เพื่อการรับรู้ข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าสนใจจากในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการรับรู้วัฒนธรรมจากต่างชาติทั้งในด้าน เครื่องแต่งกาย แฟชั่น อาหาร เพลง ละคร และ

Application อื่น ๆ นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางการบริโภคสินค้าและบริการศิลปะร่วมสมัยจากวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น เพลง ซีรีส์ เกม ทั้งแบบที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ถึงแม้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมต่าง ๆ ในครั้งแรกของเยาวชนจะมาจากช่องทางอื่น เช่น ครอบครัว เพื่อน สถานีโทรทัศน์ หรือสถานีวิทยุ แต่ Social Application เหล่านี้คือช่องทางหลักในการรับรู้ และบริโภคข้อมูลและข่าวสารในปัจจุบัน นอกจากนี้ในเวลารว่างเยาวชนกลุ่มนี้จะไปเดินห้างสรรพสินค้า หาที่เที่ยวพักผ่อนกับเพื่อน และบางส่วนจะรับทำงานพิเศษนอกเวลาในช่วงปิดเทอมเพื่อหารายได้เพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่พ่อแม่ให้กับตนเอง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเยาวชนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย หรือศิลปะร่วมสมัยไทย เช่น กลุ่มนักศึกษาที่เรียนวิชาเอกเกี่ยวกับศิลปกรรมไทย กลุ่มนักศึกษาที่เรียนหรือสอนศิลปวัฒนธรรมไทยในสถาบัน หรือมูลนิธิต่าง ๆ พบว่าในเวลารว่างนั้นถึงแม้จะมีการใช้งาน Social Application ผ่านออนไลน์อินเทอร์เน็ต เช่น Facebook บ้างแต่ไม่ได้ใช้เป็นประจำหรือใช้ Application ที่หลากหลายเทียบกับกลุ่มที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรมต่างชาติมาก (เกาหลี ญี่ปุ่น ตะวันตก)

การซึมซับวัฒนธรรมไทย และต่างชาติ

ถึงแม้จะมีการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทยในหลักสูตรของสถาบันการศึกษาต่างๆ เหมือนกัน แต่กลับพบว่ากลุ่มวัฒนธรรมไทยนั้นส่วนใหญ่ได้รับการปลูกฝังมาจากครอบครัว (พ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย) ซึ่งมีอิทธิพลกับเยาวชนเป็นอย่างมากในการต่อยอดการศึกษาศิลปวัฒนธรรมไทย ส่วนใหญ่จะคลุกคลีกับศิลปวัฒนธรรมไทยมาก่อนที่จะได้เรียนในหลักสูตรบังคับจากสถาบันการศึกษา เช่น พ่อแม่ชอบในศิลปวัฒนธรรมไทย คนในครอบครัวสามารถเล่นดนตรีไทย มีความเกี่ยวข้องกับศิลปกรรมไทยแขนงต่าง ๆ หรือการได้มีโอกาสไปชมการแสดงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมไทย

เยาวชนทั้งหมดผ่านการเรียนศิลปวัฒนธรรมไทยจากสถาบันการศึกษาไม่ว่าจะเป็นการรำ ดนตรีไทย หรือ การขับร้องแต่เยาวชนส่วนใหญ่กลับไม่ได้สนใจที่จะต่อยอดการเรียนดังกล่าว อันมาจากหลายสาเหตุ ได้แก่ การรู้สึกถูกบังคับ การไม่เห็นประโยชน์ หรือความเชื่อที่ทำให้เยาวชนไม่กล้าแตะต้อง เช่น การมีครู การเป็นของสูง การกราบไหว้เครื่องดนตรี การเกรงกลัวสิ่งที่ไม่เห็นเมื่อทำผิดพลาด หรือแม้แต่การเผยแพร่ผ่านละคร ภาพยนตร์ หรือซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณเมื่อกล่าวถึงนาฏศิลป์ หรือดนตรีไทย เป็นต้น ทำให้เยาวชนเกิดความเกรงกลัว หรือไม่ต้องการแตะต้อง หรือ เป็นการ “เก็บไว้บนหิ้ง”

ในส่วน of วัฒนธรรมต่างชาตินั้นในส่วน of กลุ่มศิลปวัฒนธรรมญี่ปุ่น และตะวันตก เยาวชนมักมีประสบการณ์เกี่ยวข้องตั้งแต่เด็กตั้งแต่สมัยอนุบาลผ่านการชมการ์ตูนจากโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ดูการ์ตูนญี่ปุ่นผ่านช่อง 9 (MCOT 30) ในวันหยุดช่วงเช้า ได้แก่ ช่องการ์ตูน ส่วนการ์ตูนฝรั่งส่วนใหญ่ดูการ์ตูนผ่านช่อง 7 (HD 35) ในวันหยุดช่วงเช้า ได้แก่ Disney และบางส่วนก็ได้ต่อยอดไปยังการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น หรือ คอมมิคของมาร์เวล ในขณะที่กลุ่มวัฒนธรรมเกาหลีจะมาในช่วงที่โตหน่อย คือช่วงประถม โดยส่วนใหญ่รู้จักผ่านการดูโทรทัศน์ ช่อง 7 ที่มีการนำเรื่อง Princess hour และ Full house มาฉายในช่วงวันหยุดตอนสายซึ่งจะมีการต่อยอดไปยังเพลง แฟชั่น และอาหาร ความชื่นชอบที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมของแต่ละชาติมีความแตกต่างกันตามสภาพลักษณะที่เป็นจุดเด่นในแต่ละด้าน เริ่มต้นจากวัฒนธรรมเกาหลี เยาวชนเริ่มติดตามเพราะหน้าต่านักแสดงสวยหล่อ สมบูรณ์แบบ การผลิตไม่ว่าจะเป็นบทละคร การตัดต่อมีความสมจริง มีดำเนินเรื่องที่แปลกใหม่ การวางบทสามารถทำให้คนดูซาบซึ้งไปกับตัวละคร มีบทบาทด้านอาชีพที่สมจริง เช่น แพทย์ นอกจากนี้ยังมีความรู้สึกที่แพชั่นเกาหลีมีความโดดเด่นที่สุดในเอเชีย สังเกตจากศิลปินกลุ่มเกาหลีมีทั้งแฟชั่น ทรงผม แว่น เลือ ทำใหัตะวันตกยกยอมรับ และเหมาะกับคนเอเชีย แต่งแล้วดูดีเหมาะกับคนไม่สูง มีการจัดแต่งทรงผม การแต่งตัวที่ใหัดูดี ทำใหัเกิดการเลียนแบบ และซื้อสินค้าตามทีแต่งในซีรีส์ทั้ง

เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องสำอาง แต่งหน้าแบบฉ่ำน้ำ แต่งหน้าแบบไม่แต่งดูเป็นธรรมชาติ เทคโนโลยีเครื่องสำอางก็มีคุณภาพดี เช่น Cushion ใช้แล้วเหมือนนางเอก ราคาที่เหมาะสมกับเยาวชนคือไม่แพงมาก และส่งผลให้เยาวชนดูดีไปด้วย ในส่วนของการฟังเพลงที่มักจะเริ่มรู้จักจากยูทูป และเริ่มติดตามพบว่า นักร้องหน้าตาดี มีจังหวะที่หลากหลาย ท่าเต้นที่ดี เนื้อหาความหมายเพลงดี คุณภาพศิลปินค่อนข้างสูงเพราะฝึกหัดมานาน ซึ่งพบว่าประเทศเกาหลีเน้นการส่งออก สร้างรายได้เข้าประเทศ ในขณะที่ดนตรีไทยมีแต่แนวอะคูสติค เนื้อหา และคำร้องของเพลงไทยไม่ลึกซึ้งเมื่อเทียบกับของเกาหลี ในส่วนของ Application ที่เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน คือ Line ที่เยาวชนรู้สึกถึงความน่ารักของคาแรกเตอร์ตัวการ์ตูน Line ส่งผลไปยังการเล่นเกมนต่าง ๆ ผ่าน Line การซื้อสติ๊กเกอร์และของใช้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ Line อีกด้วย นอกจากนี้ยังมี Application สำหรับการดูซีรีส์เกาหลี การติดตามข่าวศิลปินเกาหลี เกม เช่น ออดิชั่น ที่มีทั้งแบบที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และไม่เสียค่าใช้จ่าย

สำหรับวัฒนธรรมญี่ปุ่น จากการดูภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น มักจะตามมาด้วยอ่านหนังสือการ์ตูน โดยเยาวชนที่ยังคงติดตามกระแสศิลปินวัฒนธรรมญี่ปุ่นมีความรู้สึกที่แพ้นของญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางนั้นเหมาะกับหน้าคนไทยมากกว่า และสามารถแต่งตามได้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของการมีคุณภาพ และนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ทำให้เยาวชนไทยชื่นชอบในความเป็นญี่ปุ่น ศิลปิน ดาราญี่ปุ่นจะมีโครงหน้าเป็นเอกลักษณ์ ต่างจากเกาหลีที่มีหน้าพิมพ์เดียวกัน ในส่วนของซีรีส์นั้นบทละครมีความลึกซึ้ง มีโครงเรื่องที่แปลกใหม่ ชวนให้ติดตามตลอดการดู ในส่วนของเพลง ฟังเพลงญี่ปุ่นดนตรีจะเป็นแนวร็อค หรือเป็นวงผู้หญิงที่มีความน่ารักและเซ็กซี่ภายในตัว แต่เนื่องจากช่องทางการตลาดที่มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม และช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ในส่วนเกมที่ค่อนข้างเป็นที่นิยมจะเป็นเกมแนวเซ็กซี่หรือเกมตามภาพยนตร์ที่เรียกว่าอนิเมะ ซึ่งมีความสนุก ทำลาย ไม่น่าเบื่อ อย่างไรก็ตามศิลปินวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เข้ามามีอิทธิพลมากในปัจจุบัน คือ อาหาร เช่น ซาซิมิ ราเมน ซูชิ แกงกะหรี่ ขนมห้าง ซูคริม มีนวัตกรรมใหม่ ๆ มาตลอดในลักษณะผสม (Fusion) มีการตกแต่ง จัดวางรูปแบบอาหารที่น่ารัก อาหารบางอย่างที่มีมาแต่โบราณก็มีการปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัยไปเรื่อย ๆ ให้เหมาะกับยุคสมัย และสอดคล้องกับความต้องการ

ในส่วนของวัฒนธรรมตะวันตกเริ่มจากการดูการ์ตูนแล้วการรับวัฒนธรรมตะวันตกได้ซึมซับเข้ามาผ่านภาพยนตร์ เพลง และอาหาร ในปัจจุบันพบว่าเยาวชนนิยมบริโภคในส่วนของอาหารจานด่วน (Fast food) ค่อนข้างมากไม่ว่าจะเป็น McDonald, KFC, Pizza, Subway, Sizzler และน้ำอัดลม เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วในการบริโภค และทำให้อิ่มในเวลารวดเร็ว ในส่วนของภาพยนตร์และซีรีส์พบว่าเนื้อหามีความน่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ เรื่องรัก เรื่องเรื่องมีความสร้างสรรค์แต่ทางไม่ถูก ให้แง่คิดในการดำเนินชีวิต แต่เน้นเรื่องจิตวิทยา มีการสู้ด้วยคำพูด คำคมไม่ได้ใช้กำลังเพียงอย่างเดียว การกำกับมีคุณภาพมากกว่า มีความสมจริงมากกว่า มักจะเล่าเรื่องไม่ได้ ไม่เครียดมากซึ่งเยาวชนกลุ่มนี้มองว่าของญี่ปุ่นเครียดเกินไป สำหรับแฟชั่นตะวันตกเยาวชนชอบความเป็นอะไรง่าย ๆ แบบ Minimal หรือแบบ Swag หรือ การผสมผสาน (Mix and Match) ง่าย ๆ กับกางเกงยีนส์ นอกจากนี้การแต่งกายที่ตีความเป็นผู้หญิงออกมา เช่น แฟชั่นบิกินีของ Victoria secret สำหรับเพลงจากฝั่งตะวันตกนั้นเยาวชนให้ความเห็นว่าแนวดนตรีมีหลากหลาย คำร้องมีความหมายลึกซึ้ง จังหวะและดนตรีแน่น ความกว้างของช่วงเสียงที่มาก และคุณภาพเสียงของนักร้อง รวมถึงการแสดงบนเวทีมีคุณภาพสูงมากทำให้เป็นที่นิยมในวงกว้าง

สำหรับกลุ่มที่สืบสานวัฒนธรรมไทยพบว่าสิ่งที่เยาวชนมีความเกี่ยวข้องกับดนตรีไทย การแสดงไทย เช่น นาฏศิลป์ มากกว่าด้านอื่นๆ นอกจากดนตรีแล้วเพลงไทยเดิมแต่ละเพลงยังมีประวัติศาสตร์ แต่ละเพลงมีเรื่องราว มีความยากในการเล่นเครื่องดนตรีไทย การขับร้องเพลงไทย การเอื้อนแต่ละวรรคกว่าจะทำได้มีความยาก การต่อเพลง เล่นเพลงที่ต้องใช้เวลานานในแต่ละเพลง ต้องมีระเบียบวินัยและความอดทนสูงในการฝึกหัด ซึ่งกลุ่มเยาวชนเหล่านี้จะ

ชาวซึ่งถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามในการฟังเพลง การละคร การแสดง หรือแฟชั่น ในปัจจุบันก็ยังคงมีความชื่นชอบในวัฒนธรรมจากฝั่งตะวันตก เทาหลิ และญี่ปุ่น ในส่วนของอาหารไทยถึงแม้จะเป็นอาหารหลักในการบริโภคเช่นเดียวกับเยาวชนในกลุ่มอื่น ๆ แต่นอกเหนือจากการรับประทานที่บ้านหรือสถานศึกษานั้น กลุ่มเยาวชนเหล่านี้ยังนิยมทานอาหาร Fast food หรือ อาหารญี่ปุ่น แต่ก็ยังคงมีสัดส่วนการทานอาหารไทยอยู่ด้วยการแต่งกายด้วยชุดไทย หรือไทยประยุกต์จะมีเพียงบางโอกาสเท่านั้น เช่น เทศกาล งานแสดงต่าง ๆ โดยในส่วนของแฟชั่นก็ยังได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่นเช่นกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

ช่องทางการรับรู้หลักในปัจจุบัน ได้แก่ สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ Social application ต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest เว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Pantip, Youtube หรือ Application ต่าง ๆ เช่น Joox เป็นผลให้การแพร่กระจายของวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามาสู่เยาวชนไทยได้อย่างรวดเร็ว และเป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มที่หลงใหลวัฒนธรรมต่างชาตินั้นมีการใช้งานผ่านสื่อออนไลน์อย่างมาก ถึงแม้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับกระแสวัฒนธรรมต่างชาติจะเริ่มจากพ่อแม่ หรือจากเพื่อน แต่การตัดสินใจของคนยุคใหม่นั้นขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ หรือค่านิยมซึ่งเห็นว่าถูกต้องกับตนในการที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจ เป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่ายมากต่างจากเมื่อก่อน ดังนั้นช่องทางการสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเผยแพร่และรับรู้วัฒนธรรม

ไม่เพียงแต่ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ผ่านออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Fan page, Facebook, Instagram, Twitter, Review page หรือ แม้กระทั่ง Application ต่าง ๆ กลยุทธ์ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณา เช่น กลยุทธ์ของกลุ่มศิลปินเกาหลีที่เอาสมาชิกรุ่นใหม่จากต่างประเทศมาบุกตลาดในแต่ละประเทศ สามารถโปรโมทได้หลายภาษา จัด Meeting หรือคอนเสิร์ตได้หลายประเทศในเอเชีย ในขณะที่ศิลปิน หรือเพลงญี่ปุ่นทำขึ้นเพื่อเฉพาะกลุ่ม ไม่มีการโปรโมทในต่างประเทศ นอกจากนี้รูปแบบการนำเสนอก็เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ เช่น การนำเสนอผ่านผู้มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย (Idol, Celebrity) ที่เป็นต้นแบบที่วัยรุ่นทุกคนเข้าถึงที่วัยรุ่นรู้จัก ทำสื่อให้มีความเป็นสากลมากขึ้น เช่น ในรูปแบบ Clip VDO หรือ Viral ทำให้มีมูลค่า มีการเล่นสื่ เล่นลายเส้น สร้างเรื่องราวที่ประทับใจมีผลต่ออารมณ์ โดยเนื้อหาสาระ หรือ สินค้าและบริการนั้นจะต้องสิ่งที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้จริงผ่านสื่อสารสนเทศคือ Social network หรือ Website ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้คนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารดังกล่าว ความต่อเนื่องในการสร้างการรับรู้ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการรับรู้ ซึ่งการรับรู้ที่ต้องการเป็นการปลูกฝังไม่ใช่เพียงแต่เป็นการสร้างกระแส เช่น เทศกาลวันสงกรานต์ที่มีการรณรงค์ให้ใส่ชุดไทยแต่ก็เป็นเพียงการตามกระแสแค่ 3 วัน แต่ความต่อเนื่องจะเป็นการให้ได้รับสารค่อย ๆ ซึมซับวัฒนธรรมเข้าไปเรื่อย ๆ เช่น กรณีของเกาหลีที่ค่อย ๆ แทรกซึมไปเรื่อย ๆ เริ่มจากซีรีส์ภาพยนตร์โดยเริ่มซึมซับเรื่องแฟชั่นก่อน ตามมาด้วยเรื่องอาหาร ดนตรี ซึ่งเยาวชนกล่าวว่าที่ผ่านมามีประเทศไทยอาจมีการรณรงค์แต่ไม่มีความจริงจัง เช่น เมืองไทยใช้ของไทย ในขณะที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เช่น ดาราที่ยังคงใช้ของแบรนด์เนมจากต่างประเทศ ทำให้ไม่มีต้นแบบที่เป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติตาม นอกจากช่องทางออนไลน์แล้ว ช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือภาพยนตร์ก็ยังคงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ถ้าหากเนื้อหาหรือการผลิตสื่อเหล่านั้นมีคุณภาพสูง พอที่คนจะเลือกบริโภค โดยตัวอย่างรายการที่ที่การสอดแทรกวัฒนธรรมไทยเข้าไปในรายการที่คนกล่าวถึงและประทับใจ ได้แก่ รายการคุณพระช่วย รายการ The voice และภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องก้านกล้วย เป็นต้น

การบริโภคศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของต่างชาติเทียบกับไทย

จากการสำรวจกลุ่มที่มีความหลงใหลในวัฒนธรรมต่างชาติพบว่ากลุ่มเยาวชนเหล่านี้มีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมต่างชาติสูงกว่า 3-4 เท่า เมื่อเทียบกับการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ

ศิลปวัฒนธรรมไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มเยาวชนผู้หลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลี (ดิงเกาหลี) 6 คนพบว่า การใช้จ่ายส่วนตัวของเยาวชนต่อศิลปวัฒนธรรมเกาหลีมากกว่าของไทยอย่างเห็นได้ชัด โดยในกลุ่มแฟชั่นเกาหลี ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจากการซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับ และเครื่องสำอางแบรนด์ของเกาหลี เฉลี่ยคนละ 2,700 บาทต่อเดือน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายสำหรับแฟชั่นไทย เฉลี่ยคนละ 750 บาทต่อเดือน ซึ่งมากกว่าประมาณ 3 เท่า สำหรับกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม รวมถึงของหวานต่าง เช่น ร้านอาหารเกาหลีซองซอน บิงซู โดยเฉลี่ยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 2,917 บาท มากกว่าอาหารไทยที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 1,617 บาท ประมาณ 2 เท่า สำหรับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเกี่ยวกับเพลง ศิลปินนักร้องเกาหลี และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น คอนเสิร์ต แท่งไฟ เพลง โฟโต้บู๊ค นิทรรศการ มีค่าเฉลี่ยประมาณคนละ 3,825 ต่อเดือน มากกว่าไทยประมาณ 3 เท่า โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่เกี่ยวข้องกับเพลงไทยอยู่ที่ 1,150 บาทต่อเดือน ในส่วนของซีรีส์เกาหลี เช่น Series collection set ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ Application จากเกาหลี เช่น การดูการแสดงสด (Live) ของศิลปินเกาหลี สติกเกอร์และเกมใน Line ประมาณ 800 บาทต่อเดือน โดยในสองหมวดหลังไม่มียอดการใช้จ่ายสำหรับหมวดซีรีส์หรือ Application ไทยเลย โดยรวมการใช้จ่ายไปกับวัฒนธรรมเกาหลีของเยาวชนกลุ่มนี้มากกว่าไทยประมาณ 3 เท่า

สำหรับการใช้จ่ายของกลุ่มผู้หลงใหลในวัฒนธรรมญี่ปุ่น (โอตาคุ) 6 ท่าน พบว่ามีการใช้จ่ายไปกับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของญี่ปุ่นมากกว่าของไทยประมาณ 2 เท่า สำหรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า และบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี ของเยาวชนที่หลงใหลในวัฒนธรรมตะวันตก (สาย ฟ.) 6 ท่าน นั้นมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อเดือนที่มากกว่าไทยประมาณ 4 เท่า

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าการใช้จ่ายของเยาวชนที่หลงใหลวัฒนธรรมต่างชาติมากกว่าการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทยอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นเงินของคนไทยที่ไหลออกไปยังต่างประเทศผู้เป็นเจ้าของสินค้าและบริการดังกล่าว ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นมาจากหลายสาเหตุ เช่น คุณภาพ ภาพลักษณ์ ประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สังคมและค่านิยม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยของไทย

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคือจะต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับศิลปะร่วมสมัยของไทย เนื่องจากเยาวชนไทยขณะนี้มีความเชื่อว่าต้องซื้อของต่างชาติถึงจะดูดี มีสถานะสังคมดี ในการประยุกต์ลายไทยต่างๆ เข้ามาในเครื่องแต่งกายถ้าทำให้ไม่เยอะเกินไป ในรูปแบบ Minimal สามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันก็จะช่วยให้เยาวชนสนใจที่จะซื้ออย่างไรก็ตามข้อกังวลของการนำศิลปะไทยเดิมมาประยุกต์นั้นอาจไม่สามารถเป็นไปได้ เช่น แบบแผนของลายไทยที่ตายตัวมีความละเอียด ซึ่งอาจดูเยอะในการใส่ในลายเสื้อผ้า จะสามารถปรับเปลี่ยนได้หรือไม่ การเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจมากขึ้น หรือการสอดแทรกประวัติศาสตร์ของเพลงให้เข้าใจและเห็นถึงประโยชน์ และความไพเราะที่แท้จริง แทนการบังคับหรือการปลูกฝังความเชื่อแบบผิด ๆ การเปิดสอนดนตรีไทยฟรีก็จะสามารถช่วยเผยแพร่อดนตรีไทยให้กับเยาวชนได้ ในส่วนของซีรีส์ ละคร หรือการแสดงหากมีการสอดแทรกความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือการเลือกสถานที่ถ่ายทำในต่างจังหวัดที่มีศิลปะท้องถิ่น และมีความสมจริงจะทำให้เยาวชนมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรม เกิดความภาคภูมิใจ และรักชาติเพิ่มขึ้น เช่น ก้านกล้วย โหมโรง เป็นต้น ในส่วนแอปพลิเคชันหากมีการออกแบบเกม และมีการทำกราฟิกดี ๆ นำฮีโร่ในประวัติศาสตร์ของไทย เช่น นายจันทร์หนองเขียว พระยาพิชัยดาบหัก มาอยู่ในเกมสร้างและปกป้องบ้านเมืองก็จะปลูกฝังให้รักความเป็นไทยรักชาติสำหรับคนติดเกมหรือเด็ก ๆ ได้

สิ่งที่เยาวชนกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ คือความต่อเนื่องของการรณรงค์ เช่น การรณรงค์ใส่ชุดไทยตอนสงกรานต์ก็เป็นกระแสแค่ 3 วัน และการเปิดใจสำหรับการเปลี่ยนแปลงของผู้ใหญ่ในสังคม

เช่น การเปิดรับความคิดเห็นของเยาวชนในสังคม การยอมรับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ไม่ยึดติดแบบแผนโบราณจนเกินไปจะช่วยให้ศิลปะร่วมสมัยของไทยเข้ามาอยู่ในกระแสสังคม และการดำเนินชีวิตของเยาวชนกลุ่มนี้ได้

นอกจากนี้ค่านิยมที่ถูกปลูกฝังโดยผู้ใหญ่ในสังคมเอง เช่น การใช้ของนอก หรือของแบรนด์เนม แสดงถึงฐานะทางสังคมที่ดี การดูถูกเอกลักษณ์ของไทย เช่น ใช้ของไทยดูเชย ถูกฉวยโอกาสว่าไม่สวย การดูถูกความสามารถของคนไทยเมื่อเทียบกับฝรั่ง ทั้งๆที่คนไทยมีความสามารถมาก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐ และเอกชนจำนวน 300 ตัวอย่างเกี่ยวกับการรับรู้ถึงกระแสศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของต่างชาติเทียบกับไทย พบว่าส่วนใหญ่ยังคงมีความสนใจในวัฒนธรรมไทยมากที่สุด ซึ่งความภาคภูมิใจของเยาวชนไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 - 9 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 รองมาได้แก่วัฒนธรรมตะวันตก ญี่ปุ่น และเกาหลี

สิ่งที่น่าเป็นกังวลสำหรับการค้นพบคือการที่เยาวชนกลุ่มตัวอย่างเสียค่าใช้จ่ายไปกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยต่างชาติเป็นจำนวนประมาณ 5,000 บาทต่อเดือนซึ่งใกล้เคียงกับการใช้จ่ายกับวัฒนธรรมไทยเป็นจำนวนเงินประมาณ 5,300 บาทต่อเดือน โดยเยาวชนใช้จ่ายกับวัฒนธรรมต่างชาติในด้านดนตรีเพลง มากกว่าวัฒนธรรมไทยประมาณร้อยละ 22 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยยังคงมากกว่าต่างชาติเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 โดยค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ ระหว่างวัฒนธรรมไทย และต่างชาติมีค่าใกล้เคียงกัน หากสถานการณ์ยังคงเป็นเช่นนี้ต่อไปเรื่อยๆ ไม่เพียงแต่เม็ดเงินที่รั่วไหลไปยังต่างประเทศแล้ว ความเข้มแข็งของชาติที่ถูกหล่อหลอมโดยวัฒนธรรมไทยก็ยิ่งจะถูกบั่นทอนไปเรื่อยๆ จากกลุ่มตัวอย่างมีเพียงร้อยละ 62 ที่คาดว่าแนวโน้มในการบริโภคสินค้า และวัฒนธรรมไทยจะเพิ่มมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากกลุ่มตัวอย่างเยาวชนไทยมีสัดส่วนกลุ่มที่มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมต่างชาติมากกว่ากลุ่มที่มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมไทยซึ่งส่งผลในการใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยจากต่างชาติมากกว่าไทยเช่นกัน โดยเฉลี่ยกลุ่มที่สนใจวัฒนธรรมต่างชาติมีการใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องมากกว่าไทยประมาณ 2-3 เท่า หากยังคงปล่อยให้สถานการณ์ยังคงเป็นเช่นนี้ โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ หรือ 4.0 ที่ข้อมูลข่าวสารสื่อสารสนเทศสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว กระแสความสนใจของวัฒนธรรมต่างชาติจะเข้ามามีอิทธิพลได้ง่ายขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความเข้มแข็งของเศรษฐกิจไทย นั่นคือยอดการใช้จ่ายต่อเดือนที่ต้องเสียให้กับสินค้าและบริการต่างชาติ โดยเฉพาะเกาหลีที่มีการบริโภคสินค้า และวัฒนธรรมของเกาหลีเมื่อเทียบกับไทยพบว่าค่าใช้จ่ายเดือนโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลีโดยเฉลี่ยมากกว่าของไทยที่ประมาณ 4,615 และ 4,544 บาทในกลุ่มที่สุ่มเลือกจากการทำการสำรวจเชิงปริมาณ แต่สำหรับกลุ่มที่เป็นดั่งเกาหลีจากการคัดเลือกในการทำวิจัยเชิงคุณภาพพบว่ากลุ่มดั่งเกาหลีที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการซื้อสินค้าและบริการเกาหลีประมาณ 11,000 บาทต่อเดือนในขณะที่ใช้จ่ายกับสินค้าและบริการไทยประมาณ 3,500 บาทต่อเดือน

ผลของการวิจัยจึงสอดคล้องกับการวิจัยของ Suparuekchaisakul et al. (2014) ที่ว่าวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปในด้านใดก็ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ว่าได้เปิดรับสิ่งแปลกใหม่ที่เข้ามากระทบได้มากน้อยเพียงไร หรือจะปิดกั้นไม่ยอมรับเลยแล้วปล่อยให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปเองอย่างช้าๆ ในกรอบที่ขีดกั้นไว้ซึ่งการจำกัดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงนั้นอาจออกกฎหรือการจำกัดด้วยข้อห้ามก็ได้วัฒนธรรมยังหมายถึง ผลผลิต

และสิ่งของด้วยวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่กว้างลึกครอบคลุมวิถีชีวิต บรรทัดฐาน คุณค่า จารีตประเพณีความเชื่อ ระบบความคิดของสังคมมนุษย์ ดังนั้นการวิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรม จึงจำต้องมุ่งไปในรายละเอียดทุกแง่มุม และต้องมองวัฒนธรรมแบบองค์รวม ทั้งนี้โดยไม่ลืมที่จะดูสิ่งแวดล้อมในสถานะและสถานการณ์ของช่วงนั้น ๆ ว่ามีผลกระทบต่อวัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด และทำให้วัฒนธรรมนั้น ๆ แปรเปลี่ยนไปในรูปใดทั้งนี้เพราะการจะเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจสังคมหนึ่ง ๆ อย่างถ่องแท้ นั้น วัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญมาก โดยได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและสอดคล้องกับแนวคิดของ Nuttavuthisit et al. (2010) ที่พบว่าวัฒนธรรมโลก (Global Culture) มิได้เกิดจากวัฒนธรรมชุดใดชุดหนึ่ง หากแต่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรม และกระแสวัฒนธรรมใหม่ การศึกษาและทบทวนทั้งประวัติศาสตร์และคุณค่าของโลก (Global Value) พบว่าวัฒนธรรมโลก (Global Culture) มิได้เกิดจากวัฒนธรรมชุดใดชุดหนึ่ง หากแต่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่าง วัฒนธรรมหลายพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งทางด้านกายภาพและจิตวิญญาณ และด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) สามารถแบ่งผลกระทบได้เป็น 5 มุมมอง 1 ได้แก่ (1) การสร้างความทันสมัย (2) การสร้างความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว (3) การสร้างความเป็นเสรี (4) การทำให้เป็นสากลและ (5) การลบ เลือนของอาณาเขตและเขตแดนของประเทศ ผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ นำไปสู่กระแสวัฒนธรรมใหม่ (Emerging Culture) (6) กระแส อันเกิดจากการประสานรวม (Hybridization) การกลืนทางวัฒนธรรม (Homogenization) และการต่อต้าน (Resistance) ประกอบด้วย กระแสวัฒนธรรมสากล (Cosmopolitan Culture) เป็นกระแสที่สะท้อนภาพความเป็นธรรม การยอมรับในความแตกต่างและความเสมอภาค กระแสวัฒนธรรมเสมือนจริง (Virtual Culture) เกิดเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social Networking) นำมาสู่การไหลเวียนและความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Diversity) กระแสวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทันควัน (Reflexive Culture) นำมาสู่วิถีชีวิตที่เร่งรีบเพื่อตอบสนองต่อสิ่งรอบข้างอย่างฉับพลัน กระแสวัฒนธรรมตามจริตใจฉัน (“Me” Culture) ซึ่งเป็นกระแสที่อาจนำไปสู่สภาวะความล่มสลายทาง จิตวิญญาณ อันเกิดจากการแข่งขันในระบบทุนนิยม บริโภคนิยม กระแสวัฒนธรรมรำลึก (Cultural Reminiscence) เป็นกระแสที่ สะท้อนถึงการหวนรำลึกถึงมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อคงจุดยืนและ รักษาอัตลักษณ์ของตนไว้และกระแสวัฒนธรรมธรรมาภิบาล (Governance Culture) สะท้อนถึงความจำเป็นที่สังคมมนุษย์จะต้องปรับเปลี่ยนสู่สังคมแห่งธรรมาภิบาล ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยตั้งแต่ในอดีตจวบจนปัจจุบันนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อ สังคมและวัฒนธรรมไทยทั้งเชิงอุปสรรคและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต 4 ด้าน คือ (1) วิถีชีวิต ทศนคติและความเชื่อในสังคม (2) ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (3) กระบวนการเรียนรู้ (4) พฤติกรรมการบริโภค

ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจไทยเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนโดยกลับมาพิจารณาการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของกลุ่มเยาวชนที่ร่วไหลไปกับวัฒนธรรมต่างชาติเพื่ออุดหนุน และสร้างความแข็งแกร่งในการใช้จ่ายให้เกิดกับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมไทยอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้เก็บกลุ่มตัวอย่างให้อยู่ในกลุ่มที่จำกัด นอกจากนี้ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายนั้นยังไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้จ่ายของเยาวชนได้ทั้งหมด ดังนั้นในอนาคตหากมีการปรับปรุง หรือต้องการหาข้อค้นพบที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตในการวิจัยทั้งในส่วนของขอบเขตทางภูมิศาสตร์เพื่อให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายกลุ่มช่วงอายุ ให้ครอบคลุม

Generation Z, Generation Y และ Gen X นอกจากนี้ควรมีการกำหนดช่วงรายได้ครอบครัวให้ครอบคลุมทุกช่วงเพื่อการคาดการณ์ที่สมบูรณ์มากขึ้น นอกจากนี้การศึกษาดัชนีชี้วัดที่มีผลต่อการใช้จ่าย หรือความสนใจ และภาคภูมิใจในความเป็นไทยควรให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นเพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้จ่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับการพยากรณ์ความเข้มแข็งของความเป็นไทยได้มากขึ้น

References

- Dawson, R. E. & Prewitt, D. (1969). *Political socialization*. Boston: Little Brown and Company.
- Nuttavuthisit, K. et al. (2010) *Global Cultural Change Research Project Impact on culture-Thai society*, Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University
- Pongsapich, A. (1991). *Culture, Religion and Nationalism: Analyzes of Thai Society, Anthropology*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Ponpipatsarn, R. (2017). The Cultural Transformation Processes of Thai Local Traditions. *Art Pritas Journal*, 5(2), 17-28.
- Suparuekchaisakul, N., Kijtaratham, V., Chanprasert, T. & Puengposop, N. (2014). *Development of a model for promoting behavior based on Thai values and culture*. Institute of Behavioral Science, Srinakharinwirot University.