

อิทธิพลของกระแส Hallyu Wave ต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของเยาวชน

ไทย: กรณีศึกษา BTS และ Squid Game

The Influence of the Hallyu Wave on English Language Learning Among Thai Youth: A Case Study of BTS and Squid Game

ประวิทย์ ธงชัย¹, Tran Thi Bich Thao²

Prawit Thongchai¹, Tran Thi Bich Thao²

ศูนย์ภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์¹,

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ²

Language Center, Valaya Alongkorn Rajabhat university under the Royal Patronage¹,

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University²

Corresponding Author Email : prawit@vru.ac.th

(Received : Jun 17, 2025; Revised : Aug 14, 2025; Accepted : Aug 16, 2025)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาผลกระทบของกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Hallyu Wave) โดยเฉพาะ BTS และ Squid Game ต่อพฤติกรรมและวิธีการเรียนภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย 2. เพื่อวิเคราะห์กลไกและแนวทางที่เยาวชนไทยนำเนื้อหาจาก BTS และ Squid Game มาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3. เพื่อสำรวจบทบาทของสื่อบันเทิงและเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านกระแสวัฒนธรรมเกาหลี และ 4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมของเยาวชนในยุคปัจจุบัน

ผลการศึกษาพบว่า การเข้าถึงคอนเทนต์ Hallyu ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง YouTube, Netflix และ TikTok ได้สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบไม่เป็นทางการ (Informal Language Learning) ที่มีประสิทธิภาพ เยาวชนไทยเกิดแรงจูงใจอย่างสูงจากการติดตามศิลปินและเนื้อหาที่ชื่นชอบ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนจากการเรียนรู้แบบตั้งรับ (Passive Learning) เป็นการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) ตัวอย่างพฤติกรรมที่ชัดเจน ได้แก่ การถอดความหมายเนื้อเพลงภาษาอังกฤษของ BTS, การทำความเข้าใจบทสนทนาและคำบรรยายภาษาอังกฤษในซีรีส์ Squid Game, การมีส่วนร่วมในการแปลซับคอนเทนต์, การสร้างสรรค์คอนเทนต์ภาษาอังกฤษของตนเอง และการเข้าร่วมคลาสเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ Hallyu พฤติกรรมเหล่านี้ช่วยให้เยาวชนเรียนรู้คำศัพท์ สำนวน วลี และสำนวนที่ใช้จริงในชีวิตประจำวันและในวัฒนธรรมสมัยนิยม ทำให้ภาษาอังกฤษมีความเกี่ยวข้องและน่าสนใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้ Hallyu Wave ทำหน้าที่เป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ โดยขับเคลื่อนผ่านความสนใจส่วนตัวและการมีส่วนร่วมในชุมชนระดับโลก

คำสำคัญ : Hallyu Wave; BTS; Squid Game; การเรียนภาษาอังกฤษ; เยาวชนไทย; แรงจูงใจในการเรียนภาษา

Abstract

This academic article examines four key aspects of the Korean cultural wave's influence on English language learning among Thai youth. First, it studies the impact of the Hallyu Wave, particularly through BTS and Squid Game, on Thai youth's English learning behaviors and methodologies. Second, it analyzes the specific mechanisms and approaches through which Thai youth utilize content from BTS and Squid Game as tools for developing English proficiency in daily contexts. Third, it explores the role of entertainment media and digital technology in facilitating English acquisition through exposure to Korean cultural content. Fourth, it proposes guidelines for designing English language instruction that aligns with contemporary youth interests and learning behaviors.

The study reveals that access to Hallyu content via digital platforms such as YouTube, Netflix, and TikTok has created an effective informal language learning environment. Thai youth demonstrate high intrinsic motivation when engaging with content from their preferred artists and media, resulting in a significant shift from passive to active learning approaches. Clear examples of this behavioral transformation include: decoding English lyrics in BTS songs, comprehending English dialogues and subtitles in the Squid Game series, participating in collaborative subtitle translation projects, creating original English content, and enrolling in online English courses with Hallyu-related themes. These activities have enhanced youth vocabulary acquisition, particularly regarding idioms, colloquial expressions, and cultural references commonly used in everyday communication and popular culture, thereby making English more contextually relevant and engaging. Furthermore, the Hallyu Wave functions as a powerful catalyst for English language acquisition, driven by personal interest and participation in global fan communities.

Keywords: Hallyu Wave; BTS; Squid Game; English learning; Thai youth; Language learning motivation

บทนำ

กระแสเกาหลี หรือที่รู้จักกันในชื่อ Hallyu Wave คือปรากฏการณ์ที่วัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีใต้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก โดยเฉพาะในด้านดนตรี ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ แฟชั่น และ

อาหาร ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมทั่วโลกเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ ความเป็นมาของ Hallyu Wave นั้นมีรากฐานและพัฒนาการที่น่าสนใจ ซึ่งสะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีในเกาหลีใต้และทั่วโลก โดยเริ่มต้นขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 2533 เมื่อสื่อบันเทิงเกาหลีใต้เริ่มได้รับความนิยมในประเทศจีน และประเทศอื่น ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยละครโทรทัศน์เกาหลีเรื่องแรก ๆ ที่สร้างความนิยมอย่างกว้างขวางคือ “Autumn in My Heart” หรือ “รักนี้ชั่วนิรันดร์” (2543) และ “Winter Sonata” หรือ “เพลงรักในสายลมหนาว” ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวความรักอันซาบซึ้ง และ “Dae Jang Geum” หรือ “แดจังกึมจอมนางแห่งวังหลวง” (2545) ที่นำเสนอวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกาหลีได้อย่างน่าประทับใจ ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ในหลายประเทศแถบเอเชีย รวมถึงประเทศไทย ทำให้ผู้คนเริ่มสนใจและเปิดใจรับวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น ซึ่งมีเนื้อเรื่องโรแมนติกและตัวละครที่มีเสน่ห์ ทำให้ผู้ชมในต่างประเทศหลงใหลและติดตามอย่างต่อเนื่อง (ไพบุลย์ ปิตะเสน และจิราพร จันจุฬา, 2563; TruelD, 2020) ความสำเร็จของละครเหล่านี้ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดบันเทิงเกาหลีในภูมิภาคนี้อย่างรวดเร็ว ในช่วงเวลานั้น เกาหลีใต้กำลังอยู่ในช่วงฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 รัฐบาลเกาหลีใต้จึงเริ่มให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการเมืองในต่างประเทศ โดยมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงผ่านนโยบายต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการผลิตละครและภาพยนตร์คุณภาพสูง การลงทุนในเทคโนโลยีสื่อสาร และการส่งเสริมการส่งออกวัฒนธรรม หลังจากที่เกิดกระแสเกาหลีได้รับความนิยมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน กระแส Hallyu ด้านดนตรี K-pop ที่เริ่มได้รับความสนใจจากแฟนเพลงทั่วโลก ศิลปินกลุ่มแรก ๆ เช่น BoA, TVXQ และ Super Junior ได้สร้างฐานแฟนคลับในหลายประเทศ และเปิดประตูสู่ตลาดโลกให้กับวงการเพลงเกาหลี เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการขยายกระแส Hallyu โดยแพลตฟอร์มอย่าง YouTube, Twitter และ Instagram ช่วยให้แฟนเพลงและผู้ชมสามารถเข้าถึงเนื้อหาบันเทิงเกาหลีได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้น ศิลปินและบริษัทบันเทิงเกาหลีจึงสามารถสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับแฟนคลับทั่วโลกได้ไว นอกจากนี้ ภาพยนตร์เกาหลีที่มีคุณภาพสูง เช่น “Oldboy” (2003) และ “Parasite” (2019) ที่ได้รับรางวัลระดับโลก ยังช่วยยกระดับชื่อเสียงของเกาหลีใต้ในวงการภาพยนตร์โลก สร้างความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีในวงกว้างมากขึ้น

Hallyu Wave ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักหลายด้านที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ได้แก่ ด้านละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ โดยมีเนื้อเรื่องที่เข้มข้น ตัวละครที่มีมิติ และการผลิตที่มีคุณภาพสูง ทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามไปกับเรื่องราวและวัฒนธรรมเกาหลี ด้านดนตรี K-pop โดยการผสมผสานระหว่างดนตรีสากล การเต้นที่มีเอกลักษณ์ และแฟชั่นที่ทันสมัย เป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ทำให้แฟนเพลงทั่วโลกหลงใหล ด้านแฟชั่นและความงาม มีสไตล์การแต่งตัว การแต่งหน้า และผลิตภัณฑ์ความงามจากเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดโลก ด้านอาหารเกาหลี วัฒนธรรมอาหารเกาหลี เช่น กิมจิ บิบิมบับ และบาร์บีคิวเกาหลี ได้รับความสนใจและกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่แพร่หลาย ด้านเทคโนโลยีและโซเชียลมีเดีย การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ช่วยให้การเผยแพร่วัฒนธรรมเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Wongsiriporn & Limpothong, 2021)

บทความวิชาการเรื่อง “อิทธิพลของกระแส Hallyu Wave ต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย: กรณีศึกษา BTS และ Squid Game” ผู้เขียนได้นำเสนอกรอบแนวคิดหลักและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายอิทธิพลของวัฒนธรรมร่วมสมัยเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทย โดยเฉพาะในแง่ของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ซึ่งปรากฏการณ์นี้สามารถเข้าใจได้ผ่านแนวคิดของวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ (Cultural Globalization) ที่สะท้อนถึงการเคลื่อนย้ายและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างไร้พรมแดนผ่านสื่อและเทคโนโลยีละครเกาหลี เพลง K-pop และแฟชั่นกลายเป็นวัฒนธรรมสากลที่ผู้คนบริโภคข้ามชาติ ส่งผลให้เยาวชนไทยเปิดรับวัฒนธรรมเกาหลีพร้อมกับซึมซับภาษาอังกฤษในฐานะสื่อกลาง (lingua franca) ที่ใช้เข้าถึงเนื้อหาเหล่านั้นอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ ปรากฏการณ์ Hallyu ยังสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่มีการมีส่วนร่วมกับสื่ออย่างลึกซึ้ง (Youth Engagement with Digital Media) โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube, TikTok และ Instagram ที่เอื้อต่อการรับชม ฟัง และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศิลปินหรือละครเกาหลี ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ไม่เพียงให้ความบันเทิง แต่ยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ภาษาที่เกิดขึ้นจากบริบทที่ผู้เรียนสนใจจริง การรับชมคลิปพร้อมซับไตเติล การอ่านโพสต์ การเขียนความคิดเห็น และการสื่อสารกับแฟนคลับจากต่างประเทศ ล้วนเป็นการฝึกทักษะภาษาอังกฤษอย่างเป็นธรรมชาติ ในขณะเดียวกัน อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อการเรียนรู้ภาษา (Cultural Influence on Language Learning) ก็ปรากฏให้เห็นชัดเจน เมื่อผู้เรียนมีความต้องการเข้าใจเนื้อหาหรือสื่อสารในชุมชนแฟนคลับระดับสากล พวกเขาจะเกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการเรียนรู้ตามที่ทฤษฎี Second Language Acquisition (SLA) Motivation Theory ของ Gardner (1985) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจเชิงบูรณาการ (integrative motivation) ได้แก่ ความต้องการเข้าใจและมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมเป้าหมาย จะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ อนึ่ง มีมิติที่ไม่ควรมองข้ามคือบทบาทของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platforms and Learning) ที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันการเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง โดยเยาวชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับ Hallyu ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการดูวิดีโอพร้อมซับไตเติลอังกฤษ การติดตามข่าวสารศิลปินผ่านทวีตเตอร์ หรือแม้แต่การเรียนรู้คำศัพท์จากเนื้อเพลง K-pop ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเกิดขึ้นผ่านสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้แบบนอกห้องเรียนอย่างแท้จริง

เพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์นี้ในมิติสังคมและวัฒนธรรมมากขึ้น บทความยังอ้างอิงแนวคิดของทฤษฎี Cultural Capital ของ Bourdieu (1986) ที่ชี้ให้เห็นว่า การที่เยาวชนสามารถเข้าถึงและเข้าใจเนื้อหาทางวัฒนธรรมระดับโลก เช่น Hallyu ด้วยภาษาอังกฤษ เป็นการสะสมทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถเพิ่มโอกาสทางการศึกษา การทำงาน และสถานะทางสังคมในอนาคต ขณะเดียวกัน ทฤษฎี Media Dependency ของ Ball-Rokeach และ DeFleur (1976) ยังอธิบายว่า ผู้บริโภคสื่อ โดยเฉพาะเยาวชนมีแนวโน้มพึ่งพิงสื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการด้านความรู้ อัตลักษณ์ และความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับการที่เยาวชนไทยพึ่งพาสื่อเกาหลีในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม โดยกรอบแนวคิดทั้ง 4 และทฤษฎีที่กล่าวมานี้ช่วยสะท้อนให้เห็นว่า Hallyu Wave ไม่ได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ทางบันเทิง หากแต่เป็น

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลอย่างลึกซึ้งต่อรูปแบบการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของเยาวชนไทยในยุคดิจิทัลที่โลกเชื่อมต่อกันมากยิ่งขึ้น

จุดเริ่มต้นของความนิยมในกลุ่มเยาวชนไทย

ในช่วงต้นทศวรรษ 2543 สังคมไทยได้เผชิญกับปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและความคิดของเยาวชนอย่างลึกซึ้ง นั่นคือ “กระแสเกาหลี” หรือ Hallyu Wave ที่เริ่มจากการเข้ามาของสื่อบันเทิงเกาหลี เช่น ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลงป๊อป (K-pop) ซึ่งแทรกซึมเข้าสู่สังคมไทยได้อย่างรวดเร็วและทรงอิทธิพล (Suksai, & Rungreang, 2022) โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่แสวงหาอัตลักษณ์และแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สิ่งที่ทำให้กระแสเกาหลีแตกต่างจากวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เคยเข้ามาในไทย เช่น วัฒนธรรมญี่ปุ่นหรือไต้หวัน คือความสามารถในการสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชมผ่านเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ตัวละครที่มีความเป็นมนุษย์จริง และเรื่องราวที่สะท้อนความรู้สึกและปัญหาของเยาวชนยุคใหม่ได้อย่างลึกซึ้ง (Wongsiriporn & Limpothong, 2021) นอกจากนี้ ความสำเร็จของสื่อบันเทิงเกาฬียังได้รับแรงสนับสนุนจากเทคโนโลยีสารสนเทศและแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำให้การเข้าถึงเนื้อหาเป็นไปอย่างไร้พรมแดน จุดเริ่มต้นของกระแสเกาหลีในไทยสามารถย้อนกลับไปถึงช่วงต้นทศวรรษ 2543 เมื่อภาพยนตร์ “My Sassy Girl” ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ต่อมาในปี 2548 ละคร “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” สร้างปรากฏการณ์ใหม่ในวงการโทรทัศน์ไทย ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ เริ่มซื้อลิขสิทธิ์ละครเกาหลีมาฉายอย่างต่อเนื่อง และขยายไปสู่รายการวาไรตี้ เพลง และภาพยนตร์เกาหลีในรูปแบบต่าง ๆ ปรากฏการณ์นี้ไม่เพียงเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคสื่อของเยาวชนไทยเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้เกิดกลุ่มแฟนคลับและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเต้น Cover Dance การจัดแฟนมีตติ้ง และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านโซเชียลมีเดีย ความนิยมขยายไปสู่การนำองค์ประกอบวัฒนธรรมเกาหลีมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น แฟชั่น การแต่งหน้า ทรงผม อาหาร และค่านิยม ทำให้เยาวชนไทยสนใจภาษาเกาหลี ศิลปะการแสดง และการท่องเที่ยวในเกาหลีได้ (Kim, 2020)

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยเร่งความนิยมคือการเข้าถึงสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียที่ทำให้เยาวชนติดตามข่าวสาร ศิลปิน และเนื้อหาได้แบบเรียลไทม์ เช่น YouTube, Facebook, Twitter และ Instagram นอกจากนี้ การจัดคอนเสิร์ตและแฟนมีตติ้งในไทยยังเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับแฟนคลับอย่างใกล้ชิด อีกปัจจัยสำคัญคือการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนของเกาหลีใต้ที่มองเห็นศักยภาพของวัฒนธรรมเป็น “Soft Power” ในการสร้างอิทธิพลและขยายตลาดต่างประเทศ รัฐบาลเกาหลีใต้ได้วางยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงและวัฒนธรรมอย่างจริงจัง เช่น การยกเลิกกฎหมายเซ็นเซอร์ การสนับสนุนบริษัทสตาร์ทอัพ และการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะทางเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในต่างประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจบันเทิงเกาหลีขยายตัวและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในหลายประเทศ รวมถึงไทย (Kim, 2020; Lim, 2021) กระแสเกาหลีในกลุ่มเยาวชนไทยไม่ได้ส่งผลแค่ด้านความบันเทิง แต่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เยาวชนไทยเปิดกว้างต่อวัฒนธรรมต่างประเทศมากขึ้น กล้าแสดงออกและคิดสร้างสรรค์ เช่น การจัดประกวด Cover Dance การผลิตเนื้อหา K-pop บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมเพื่อสังคมในนาม

แฟนคลับศิลปินเกาหลี สิ่งเหล่านี้ช่วยเสริมทักษะทางสังคม การทำงานเป็นทีม และการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ความนิยมนี้ยังมีข้อท้าทาย เช่น การบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย และการสร้างสมดุลระหว่างการเปิดรับวัฒนธรรมใหม่กับการรักษาคุณค่าดั้งเดิมของสังคมไทย โดยรวมแล้ว กระแสเกาหลีกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยยุคใหม่ที่พร้อมเรียนรู้ เปิดรับ และปรับตัวให้เข้ากับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Nye, 2021; Suksa, & Rungreang, 2022; Wongsiriporn, & Limpothong, 2021) จากข้างต้นกล่าวได้ว่า ความนิยมในกลุ่มเยาวชนไทยเกิดจากการผสมผสานของหลายปัจจัย ได้แก่ การเข้ามาของสื่อบันเทิงเกาหลีที่ตรงใจ การพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยให้เข้าถึงข้อมูลง่ายขึ้น การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนเกาหลีใต้ และความพร้อมของเยาวชนไทยในการเปิดรับวัฒนธรรมใหม่ ปรากฏการณ์นี้จึงไม่ใช่แค่กระแสชั่วคราว แต่กลายเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลลึกซึ้งในประเทศไทยปัจจุบัน

ปรากฏการณ์ Hallyu Wave และการสร้างอิทธิพลในไทย (The Rise of Hallyu Wave in Thailand)

1. บทบาทของ BTS และซีรีส์ Squid Game ในสื่อไทย

บทบาทสื่อไทยชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนถึงอิทธิพลของกระแส Hallyu ที่ยังคงส่งผลต่อสังคมไทย โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน โดยมีกลุ่มศิลปิน K-Pop อย่าง BTS และซีรีส์เกาหลีชื่อดังอย่าง Squid Game เป็นสองปัจจัยสำคัญที่ตอกย้ำและขยายอิทธิพลนี้อย่างมีนัยสำคัญในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สำหรับ BTS สื่อไทยกระแสหลักให้ความสนใจและรายงานข่าวความสำเร็จของวงอย่างต่อเนื่อง ทั้งการติดอันดับชาร์ตเพลงระดับโลก การได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลแกรมมี่ และการกล่าวสุนทรพจน์ในเวทีระดับโลกของสหประชาชาติ (สำนักข่าวไทย, 2566; ประชาชาติธุรกิจ, 2564) การนำเสนอเหล่านี้ทำให้ BTS ก้าวข้ามจากกลุ่มแฟนคลับ K-Pop ไปสู่การเป็นที่รู้จักในวงกว้าง และสื่อไทยหลายสำนักยังคงวิเคราะห์ถึงพลังของวงในการเป็น Soft Power ที่สร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของเกาหลีใต้ (The Standard, 2565) นอกจากนี้ เนื้อหาเกี่ยวกับ BTS ในสื่อไทยมักเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของเยาวชน เช่น แฟชั่นและการใช้ภาษาอังกฤษ ในการติดตามข่าวสารของวง ซึ่งสะท้อนว่า BTS ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมย่อยในหมู่เยาวชนไทยอย่างแท้จริง ในส่วนของซีรีส์ Squid Game ที่เปิดตัวบน Netflix ในปี 2021 ได้สร้างปรากฏการณ์ระดับโลก และตอกย้ำอิทธิพลของ Hallyu ในสื่อไทยอย่างมหาศาล (CNN., 2021) สื่อไทยทุกแขนงต่างประโคมข่าว บทวิจารณ์ และการวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหา พล็อตเรื่อง และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในซีรีส์อย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการถกเถียงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในวงกว้าง (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) Squid Game ไม่ใช่แค่ซีรีส์ แต่กลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมป๊อปที่ส่งอิทธิพลต่อเทรนด์ต่างๆ ในไทย เช่น การแต่งกายเลียนแบบตัวละคร และการใช้คำพูดหรือวลีเด็ดจากเรื่อง (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) สื่อไทยได้รายงานและนำเสนอเทรนด์เหล่านี้อย่างแพร่หลาย สะท้อนถึงพลังในการสร้างกระแสของซีรีส์ และยังช่วยยกระดับ K-Drama ให้เข้าถึงผู้ชมในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่อาจไม่ได้ติดตาม K-Drama มาก่อน (CNN., 2021) โดยรวมแล้ว ทั้ง BTS และ Squid Game ต่างมีบทบาทสำคัญในการตอกย้ำและขยายอิทธิพลของ Hallyu Wave ในประเทศไทยผ่านการปรากฏตัวอย่างต่อเนื่องและเข้มข้นในสื่อไทย ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร บทวิเคราะห์ หรือ

การสร้างกระแสทางวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้สร้างแรงจูงใจทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เยาวชนไทยหันมาสนใจและเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อเข้าถึงเนื้อหาและชุมชนที่ตนเองชื่นชอบอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2. การเข้าถึงคอนเทนต์เกาหลีผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (YouTube, Netflix, TikTok)

สำหรับประเทศไทย แพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนและขยายอิทธิพลของ Hallyu Wave โดย Youtube ในฐานะแพลตฟอร์มวิดีโอระดับโลก เป็นช่องทางหลักที่ทำให้เพลง K-Pop ของ BTS และวิดีโอคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องเข้าถึงเยาวชนไทยได้อย่างรวดเร็วและไร้ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ เยาวชนสามารถรับชมมิวสิกวิดีโอ การแสดงสด เบื้องหลังการทำงาน หรือแม้แต่วิดีโอสัมภาษณ์ของศิลปินได้อย่างง่ายดาย ซึ่งบ่อยครั้งเนื้อหาเหล่านี้มักเป็นภาษาอังกฤษหรือมีคำบรรยายภาษาอังกฤษ เป็นการเรียนรู้ภาษาแบบไม่เป็นทางการที่ทรงพลัง ช่วยให้คุ้นเคยกับสำเนียง คำศัพท์ และวลีต่าง ๆ โดยไม่รู้ตัวว่าถูกบังคับ ขณะที่ Netflix ได้เข้ามาเป็นผู้เล่นหลักที่นำเสนอซีรีส์และภาพยนตร์เกาหลีคุณภาพสูงสู่สายตาผู้ชมทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับปรากฏการณ์ Squid Game ที่กลายเป็นกระแสไวรัลไปทั่วโลกในปี 2564 (Netflix, 2021) แพลตฟอร์มนี้มอบทางเลือกในการรับชมที่หลากหลาย ทั้งการพากย์เสียงและคำบรรยายในหลายภาษา รวมถึงภาษาอังกฤษ ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนไทยสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษจากซีรีส์ที่ชื่นชอบได้อย่างสะดวกสบายการเข้าถึงคอนเทนต์เกาหลีคุณภาพ

สูงบน Netflix ยังช่วยกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่ความต้องการที่จะเข้าใจภาษาที่ใช้ในการสื่อสารในซีรีส์เหล่านั้นได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3. การมีส่วนร่วมของแฟนคลับ (Fan Engagement)

การขับเคลื่อน Hallyu Wave ส่งผลกระทบต่อวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของเยาวชนไทยอย่างน่าทึ่ง การมีส่วนร่วมของแฟนคลับ (Fan Engagement) ในบริบทของกระแสเกาหลี ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การบริโภคสื่อเท่านั้น แต่เป็นการกระทำที่กระตือรือร้นและหลากหลาย ซึ่งสร้างชุมชนขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีเข้ากับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษโดยอัตโนมัติ สำหรับกลุ่มศิลปิน K-Pop อย่าง BTS แฟนคลับที่เรียกตัวเองว่า "อาร์มี่" (ARMY) มีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่คอนเทนต์และสร้างปฏิสัมพันธ์ในระดับโลก (Lee & Jang, 2020) แฟนคลับเหล่านี้มักจะรวมกลุ่มกันบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Twitter, Facebook, Weverse (แพลตฟอร์มของศิลปิน), และ YouTube เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร อัปเดตกิจกรรมของวง หรือแม้แต่แปลเนื้อเพลงและบทสัมภาษณ์จากภาษาเกาหลีเป็นภาษาอังกฤษ (Han & Lee, 2023) ในส่วนของซีรีส์ Squid Game แม้จะไม่มีแฟนคลับในรูปแบบเดียวกับ K-Pop แต่การเข้าถึงง่ายบนแพลตฟอร์มอย่าง Netflix กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในรูปแบบที่แตกต่างกัน (Netflix, 2021) ผู้ชมทั่วโลก รวมถึงเยาวชนไทย ต่างพากันพูดคุย วิเคราะห์ และวิเคราะห์เนื้อหาของซีรีส์บนโซเชียลมีเดียในวงกว้าง (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)

ผลกระทบของ Hallyu ต่อทัศนคติและแรงจูงใจในการเรียนภาษาอังกฤษของเยาวชน (Impact on English Language Learning Motivation)

การสร้างสภาพแวดล้อมที่จำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร เพราะภาษาอังกฤษได้กลายเป็นภาษากลาง (lingua franca) สำหรับแพลนคลับทั่วโลก (Crystal, 2018) เยาวชนไทยที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแพลนคลับเหล่านี้จึงถูกกระตุ้นให้เรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อที่จะเข้าใจคอนเทนต์ต่างๆ ได้โดยตรง ไม่ต้องรอการแปล หรือเพื่อที่จะมีส่วนร่วมในการสนทนากับแพลนคลับต่างชาติ การได้มีปฏิสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่หลงใหลในสิ่งเดียวกัน สร้างแรงจูงใจที่ทรงพลังในการเรียนภาษาอังกฤษอย่างไม่เป็นทางการและยั่งยืน นอกจากนี้ แพลนคลับยังมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การทำโปรเจกต์พิเศษเพื่อสนับสนุนศิลปิน การจัดกิจกรรมระดมทุนเพื่อการกุศลในนามของวง หรือการจัดปาร์ตี้ชมคอนเสิร์ตออนไลน์ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มักมีการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร จัดการ และเผยแพร่ข้อมูล ทำให้ภาษาอังกฤษกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าร่วมและแสดงออกถึงความเป็นแพลนคลับอย่างแท้จริง

จุดเริ่มต้นของความนิยมในกลุ่มเยาวชนไทยต่อ Hallyu Wave ที่มีผลต่อการเรียนภาษาอังกฤษ เกิดขึ้นจากการที่เยาวชนไทยเริ่มเปิดรับและหลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ เพลง K-pop และซีรีส์ยอดนิยมอย่าง Squid Game ซึ่งสื่อเหล่านี้มักใช้ภาษาอังกฤษควบคู่ไปกับภาษาเกาหลี ทำให้เยาวชนไทยมีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้และฝึกฝนภาษาอังกฤษผ่านการติดตามเนื้อหาที่ชื่นชอบ นอกจากนี้ การเข้าถึงสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียยังช่วยให้เยาวชนสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้แบบเรียลไทม์ ผ่านการฟังเพลง ดูซีรีส์ และการสื่อสารกับแพลนคลับทั่วโลก กระแส Hallyu Wave จึงไม่เพียงแค่เปลี่ยนวิธีการบริโภคสื่อของเยาวชนเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนภาษาอังกฤษจากรูปแบบเดิม ๆ ไปสู่การเรียนรู้ที่ผสมผสานความบันเทิงและการศึกษาอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการเป็นช่องทางหลักที่เปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย โดยการเข้าถึงคอนเทนต์เกาหลีผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยมอย่าง YouTube, Netflix, และ TikTok ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กระแส Hallyu แพร่กระจายไปทั่วทุกมุมสังคม และสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษาอังกฤษอย่างไม่เคยมีมาก่อน ดังนั้น เมื่อเยาวชนได้สัมผัสกับภาษาอังกฤษในบริบทที่ตนเองชื่นชอบและสนใจอย่างแท้จริงนี้ เป็นการเรียนรู้อังกฤษแบบไม่เป็นทางการที่ทรงพลัง ช่วยให้คุ้นเคยกับสำเนียง คำศัพท์ และวลีต่างๆ โดยไม่รู้สึกลัวถูกบังคับ (Loewen และ Sato, 2017) ยิ่งไปกว่านั้น YouTube ยังเป็นพื้นที่ให้แพลนคลับสามารถสร้างและเผยแพร่คอนเทนต์เกี่ยวกับการเรียนภาษาอังกฤษจากเพลงหรือวิดีโอของ BTS ได้อย่างแพร่หลาย เช่น วิดีโอสอนคำศัพท์จากเนื้อเพลง หรือการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ภาษาอังกฤษของสมาชิกวง ซึ่งเสริมสร้างชุมชนการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเลือกชมซีรีส์ด้วยคำบรรยายภาษาอังกฤษ หรือเปลี่ยนเสียงพากย์เป็นภาษาอังกฤษ ถือเป็นการฝึกฝนทักษะการฟังและการอ่านภาษาอังกฤษในบริบทที่น่าติดตามและดึงดูดความสนใจ ทำให้กระบวนการเรียนรู้เป็นไปอย่างเพลิดเพลินและมีประสิทธิภาพ (Grgurovic, 2021) อนึ่ง แอสแซ็กและกระทุสนทนาเกี่ยวกับ Squid Game มักเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้เยาวชนไทยที่ต้องการมีส่วนร่วมในการถกเถียงหรือแสดงความคิดเห็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในการอ่านและเขียน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับพล็อตเรื่อง ตัวละคร หรือข้อคิดจากซีรีส์ ไม่เพียงแต่เป็นความบันเทิง แต่ยังเป็นโอกาสในการฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในบริบทที่เกิดขึ้นจริง

และมีความหมาย ความกระตือรือร้นที่จะเข้าใจรายละเอียดปลีกย่อยของซีรีส์ที่ตนชื่นชอบ หรือความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นในเวทีระดับโลก เป็นแรงผลักดันให้เยาวชนพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษ โดยไม่รู้ตัว เพราะระบบนิเวศการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบใหม่ในหมู่เยาวชนไทย แพลตฟอร์มออนไลน์และกิจกรรมของแฟนคลับได้กลายเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนใช้ภาษาอังกฤษอย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อเข้าถึงสิ่งที่ตนเองหลงใหล และเชื่อมโยงกับชุมชนระดับโลก ซึ่งตอกย้ำว่าความสนใจส่วนตัวและการมีส่วนร่วมทางสังคมเป็นแรงขับเคลื่อนที่ทรงพลังในการเรียนรู้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ

1. เยาวชนดูคอนเทนต์เกาหลีที่มี subtitle ภาษาอังกฤษ

กลไกสำคัญหนึ่งที่กระแส Hallyu ส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อทัศนคติและแรงจูงใจในการเรียนภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย นั่นคือการที่เยาวชนไทยจำนวนมากหันมาดูคอนเทนต์เกาหลีโดยเฉพาะอย่างยิ่งซีรีส์และวิดีโอจาก K-Pop ที่มีคำบรรยายภาษาอังกฤษ พฤติกรรมนี้ไม่ได้เป็นเพียงการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นรูปแบบหนึ่งของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบไม่เป็นทางการ (informal language learning) ที่มีประสิทธิภาพสูงและสร้างแรงจูงใจเชิงบวก (Godwin-Jones, 2020) การที่เยาวชนเลือกดูซีรีส์อย่าง Squid Game หรือวิดีโอสมัภาษณ์ของ BTS ด้วยคำบรรยายภาษาอังกฤษ ไม่ใช่เพียงเพราะความจำเป็น แต่เป็นเพราะความต้องการที่จะเข้าใจเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบได้อย่างลึกซึ้ง และลดช่องว่างทางภาษาที่ไม่ใช่ภาษาแม่ของตน การกระทำเช่นนี้เป็นการผสมผสานแรงจูงใจจากปัจจัยภายใน (intrinsic motivation) ที่เกิดจากความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีเข้ากับแรงจูงใจแบบบูรณาการ (integrative motivation) ที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแฟนคลับระดับโลกซึ่งใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลาง (Gardner, 2001; Dörnyei, 2019)

การได้รับ "input" หรือข้อมูลภาษาที่เข้าใจได้ (comprehensible input) อย่างต่อเนื่องผ่านคำบรรยายภาษาอังกฤษนี้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญตามทฤษฎีการได้มาซึ่งภาษาที่สองของ Krashen ซึ่งระบุว่าผู้เรียนจะได้รับภาษาจากการที่ได้สัมผัสกับภาษาที่สูงกว่าระดับความรู้เดิมเล็กน้อย (Krashen, 1985) การอ่านคำบรรยายภาษาอังกฤษควบคู่ไปกับการฟังภาษาเกาหลีช่วยให้เยาวชนเชื่อมโยงความหมายกับบริบท ทำให้สามารถเรียนรู้คำศัพท์ สำนวน และโครงสร้างประโยคใหม่ๆ ได้โดยไม่รู้ตัว และเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ (Chang, 2023) ยิ่งไปกว่านั้น การเลือกที่จะรับชมด้วยคำบรรยายภาษาอังกฤษยังเป็นการแสดงออกถึงเจตจำนงในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของตนเอง และเมื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาได้มากขึ้น ก็จะเกิดความรู้สึกของความสำเร็จ (sense of accomplishment) ซึ่งยิ่งไปเสริมแรงจูงใจให้เรียนรู้ต่อไป (Dörnyei, 2019) แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งอย่าง Netflix หรือ YouTube ได้อำนวยความสะดวกอย่างมากในการเข้าถึงคอนเทนต์เหล่านี้ พร้อมตัวเลือกคำบรรยายที่หลากหลาย ทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านสื่อบันเทิงกลายเป็นกิจกรรมที่เข้าถึงง่ายและเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเยาวชน (Jung, 2020) การที่เยาวชนสามารถควบคุมการเรียนรู้ของตนเองได้ (learner autonomy) ด้วยการเลือกคอนเทนต์และรูปแบบการรับชมที่ตรงกับความสนใจ ยิ่งส่งเสริมให้พวกเขามีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการเรียนภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้ในรูปแบบห้องเรียนแบบดั้งเดิมที่อาจไม่สามารถตอบสนองความสนใจส่วนบุคคลได้เท่านี้

2. เรียนรู้ศัพท์, สำนวน และวัฒนธรรมผ่านบทสนทนาในเพลงและซีรีส์

ผลกระทบของกระแสเกาหลีต่อทัศนคติและแรงจูงใจในการเรียนภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย โดยมีแกนหลักอยู่ที่เยาวชนได้ เรียนรู้คำศัพท์ สำนวน และวัฒนธรรมผ่านบทสนทนาในเพลงและซีรีส์ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าการเรียนรู้อังกฤษไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในห้องเรียนแบบดั้งเดิม แต่สามารถเกิดขึ้นได้ อย่างเป็นธรรมชาติและสร้างแรงจูงใจที่ทรงพลังผ่านสื่อบันเทิงที่ตนเองชื่นชอบ (Godwin-Jones, 2020) การฟังเพลงของ BTS ที่มีสอดแทรกเนื้อร้องภาษาอังกฤษ หรือการรับชมซีรีส์ Squid Game ที่มีบทสนทนา ภาษาอังกฤษและ/หรือคำบรรยายภาษาอังกฤษให้เลือก เป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้รับ "ข้อมูลภาษา" (language input) ที่เข้าใจได้ (comprehensible input) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการได้มาซึ่ง ภาษตามทฤษฎีของ Stephen Krashen (Krashen, 1985; Loewen & Sato, 2017) การได้ยินคำศัพท์และ สำนวนใหม่ๆ ซ้ำๆ ในบริบทของเพลงที่ติดหู หรือในบทสนทนาที่น่าติดตามในซีรีส์ ช่วยให้ผู้เรียนสามารถจดจำ และทำความเข้าใจความหมายได้อย่างเป็นธรรมชาติ โดยไม่ต้องพึ่งการท่องจำ ทำให้การเรียนรู้เป็นไปอย่าง สนุกสนานและมีประสิทธิภาพมากกว่าวิธีการเรียนแบบเดิม (Dörnyei, 2019)

นอกจากคำศัพท์แล้ว เยาวชนยังได้เรียนรู้ สำนวนภาษาอังกฤษ (idiomatic expressions) และภาษา พุด (colloquialisms) ที่ใช้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งมักไม่ถูกสอนอย่างละเอียดในหลักสูตรภาษาอังกฤษทั่วไป การรับชมซีรีส์ที่นำเสนอสถานการณ์หลากหลายทำให้ผู้เรียนได้สัมผัสกับบทสนทนาที่สมจริง และเข้าใจถึง การใช้ภาษาอังกฤษในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Grgurovic, 2021) การเข้าใจมุกตลก วลี เด็ด หรือการแสดงอารมณ์ผ่านภาษาอังกฤษในซีรีส์อย่าง Squid Game ช่วยเพิ่มพูนทักษะการสื่อสาร เชิงปฏิบัติ (communicative competence) และทำให้พวกเขาารู้สึกเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่ถูกนำเสนอมา กขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น การเรียนรู้อังกฤษผ่านเพลงและซีรีส์ยังเป็นช่องทางในการทำความเข้าใจ วัฒนธรรม ตะวันตกและวัฒนธรรมเกาหลีที่ถูกนำเสนอผ่านภาษาอังกฤษ ซึ่งรวมถึงค่านิยม มุมมองโลก และแม้กระทั่ง วัฒนธรรมป๊อปในระดับสากล (Kim, 2022) การที่เยาวชนสามารถถอดรหัสความหมายแฝง หรือทำความเข้าใจ บริบททางวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านภาษาอังกฤษในคอนเทนต์เหล่านี้ ยิ่งเสริมสร้างแรงจูงใจแบบบูรณาการ (integrative motivation) ที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนทางวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ (Dörnyei, 2019) ความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมที่ซับซ้อนขึ้นผ่านภาษาอังกฤษสร้างความรู้สึกพึงพอใจและ ความสำเร็จ (sense of achievement) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) ให้เยาวชนมีความกระตือรือร้นและมุ่งมั่นในการเรียนรู้อังกฤษอย่างต่อเนื่อง (Noels, 2021) สรุปได้ว่า การเปิดรับคอนเทนต์ Hallyu ที่มีภาษาอังกฤษเป็นส่วนประกอบสำคัญ ได้เปลี่ยนมุมมองของ เยาวชนไทยที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ จากการเป็นวิชาที่น่าเบื่อไปสู่กิจกรรมที่น่าสนุกและเกี่ยวข้องกับ ชีวิตประจำวัน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างเป็นธรรมชาติและยั่งยืน

3. การเปลี่ยนจากการเรียนแบบ Passive เป็น Active Learning

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในทัศนคติและแรงจูงใจในการเรียนภาษาอังกฤษของเยาวชนไทยโดยเฉพาะ อย่างยิ่งการเปลี่ยนจากการเรียนรู้แบบตั้งรับ (Passive Learning) ไปสู่การเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) อันเป็นผลมาจากอิทธิพลของกระแส Hallyu การเรียนรู้อังกฤษแบบตั้งรับมักจะหมายถึงการรับ

ข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว เช่น การนั่งฟังอาจารย์บรรยาย หรือการท่องจำศัพท์โดยไม่มีปฏิสัมพันธ์ (Godwin-Jones, 2020) ทว่าอิทธิพลของวง K-Pop อย่าง BTS และซีรีส์ดังอย่าง Squid Game ได้สร้างแรงขับเคลื่อนให้เยาวชนเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสารเฉยๆ มาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างกระตือรือร้นมากขึ้น ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมคือ การที่เยาวชนไทยหันมา "ถอดรหัส" เนื้อเพลงภาษาอังกฤษของ BTS ด้วยตนเอง แทนที่จะรอคำแปลจากแหล่งอื่น หรือแค่ฟังเพลงผ่านไป (Loewen & Sato, 2017) พวกเขาจะพยายามค้นหาความหมายของคำศัพท์หรือสำนวนที่ไม่เข้าใจจากพจนานุกรมออนไลน์ หรือถามจากกลุ่มแฟนคลับในแพลตฟอร์มอย่าง Twitter หรือ Weverse ซึ่งมักจะมีการใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาและแลกเปลี่ยนข้อมูล (Dörnyei, 2019) การกระทำเช่นนี้เป็นการเรียนรู้เชิงรุกที่ผู้เรียนเป็นฝ่ายค้นคว้าและแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากการเรียนในห้องเรียนที่ผู้สอนเป็นผู้ป้อนข้อมูลเป็นหลัก นอกจากนี้แฟนคลับ BTS หลายคนยังไปไกลถึงขั้น "แกะท่าเต้น" (cover dance) หรือ "ฝึกร้องเพลง" (cover song) ที่มีเนื้อร้องภาษาอังกฤษ ซึ่งนอกจากจะเป็นการฝึกการออกเสียงและจังหวะแล้ว ยังเป็นการบังคับให้พวกเขาต้องทำความเข้าใจความหมายของเนื้อเพลงเหล่านั้นอย่างถ่องแท้เพื่อที่จะถ่ายทอดอารมณ์เพลงได้อย่างถูกต้อง (Han & Lee, 2023)

ในทำนองเดียวกัน สำหรับซีรีส์อย่าง Squid Game เยาวชนไม่ได้เพียงแค้รับชมเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่หลายคนจะ "วิเคราะห์" บทสนทนาภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะฉากที่ตัวละครใช้ภาษาอังกฤษหรือเลือกเปิดคำบรรยายภาษาอังกฤษเพื่อเปรียบเทียบกับภาษาเกาหลีต้นฉบับ พวกเขาอาจจะหยุดวิดีโอเพื่อค้นหาความหมายของศัพท์แสงที่ไม่คุ้นเคย เช่น คำศัพท์เกี่ยวกับการพนันหรือเกม ซึ่งเป็นคำที่ไม่ได้เรียนในห้องเรียนทั่วไป (Chang, 2023) บางรายถึงขั้นนำบทสนทนาที่น่าสนใจไป "ฝึกพูดตาม" (shadowing) หรือนำไปอภิปรายกับเพื่อนๆ หรือในฟอรัมออนไลน์ภาษาอังกฤษ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อเรื่องและวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านซีรีส์ (Jung, 2020) การที่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในบริบทที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัวและในกิจกรรมที่ตนเองมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน ทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) ที่สูงขึ้น และทำให้กระบวนการเรียนรู้เป็นไปอย่างสนุกสนานและมีประสิทธิภาพมากกว่าการนั่งเรียนแบบเฉยๆ (Dörnyei, 2019) การเปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้แบบเชิงรุกนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เอื้อต่อการเข้าถึงคอนเทนต์และการสร้างปฏิสัมพันธ์ ซึ่งทำให้เยาวชนสามารถควบคุมกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง (learner autonomy) ได้มากขึ้น (Benson, 2020)

กรณีศึกษา: การใช้ Hallyu เป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ (Case Studies of Learning Behavior)

1. ตัวอย่างนักเรียนหรือกลุ่มแฟนคลับที่เรียนภาษาอังกฤษจาก BTS หรือ Squid Game

ปรากฏการณ์ Hallyu Wave ชี้ให้เห็นว่าคอนเทนต์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในกลุ่มเยาวชนไทยได้อย่างไร โดยเฉพาะผ่านกรณีศึกษาที่แสดงถึงพฤติกรรมการเรียนรู้เชิงรุกที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวง K-Pop อย่าง BTS และซีรีส์ดังอย่าง Squid Game พฤติกรรมเหล่านี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิง แต่ขยายไปสู่การเรียนรู้ภาษาแบบไม่เป็นทางการอย่างกระตือรือร้น

สำหรับกลุ่มแฟนคลับ BTS (ARMY) ชาวคนไทยจำนวนมากได้ใช้ภาษาอังกฤษในการมีส่วนร่วมกับชุมชนระดับโลกอย่างสม่ำเสมอ พวกเขาพยายามถอดรหัสเนื้อเพลงภาษาอังกฤษ ของ BTS ด้วยตนเอง เช่น ในเพลง "Dynamite" ที่มีวลีติดอย่าง "light it up" (จุดประกาย) "cup of milk" (ถ้วยนม, สื่อถึงความบริสุทธิ์) หรือ "sing song like this" (ร้องเพลงแบบนี้) (Godwin-Jones, 2020) หรือในเพลง "Butter" ที่มีคำว่า "smooth like butter" (เรียบเนียนเหมือนเนย) "break it down" (เต้นอย่างมันส์) "get it, let it roll" (เข้าใจแล้ว ก็ลุยเลย) (Han & Lee, 2023) นอกจากนี้ แฟนคลับยังดูวิดีโอสัมภาษณ์ของ BTS ในรายการต่างประเทศบ่อยครั้ง เพื่อฝึกการฟังภาษาอังกฤษจากเจ้าของภาษา โดยพยายามทำความเข้าใจคำพูดของสมาชิกวงอย่าง RM ที่มักใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร หรือแม้แต่ศัพท์เฉพาะของวงอย่าง "comeback" (การกลับมาออกผลงานใหม่) "bias" (สมาชิกวงที่ชื่นชอบที่สุด) "fanchant" (การร้องเชียร์ของแฟนคลับ) "ot7" (one true 7 แฟนคลับที่รักสมาชิกครบ 7 คน) "sasaeng" (แฟนคลับที่ก้าวร้าว) (Lee, 2022; Li & Xu, 2024) การมีส่วนร่วมในกลุ่มสนทนาออนไลน์ เช่น Twitter หรือ Weverse เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารหรืออภิปรายทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับวง ก็เป็นการบังคับให้เยาวชนต้องฝึกเขียนภาษาอังกฤษและใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงและวัฒนธรรมป๊อป (Chang, 2023) ในส่วนของซีรีส์ Squid Game ที่สร้างปรากฏการณ์ระดับโลก เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่กระตุ้นให้เยาวชนไทยเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านบริบทที่น่าสนใจ (Netflix, 2021) ตัวอย่างที่พบได้บ่อย คือ ผู้ชมจำนวนมากเลือกดูซีรีส์พร้อม คำบรรยายภาษาอังกฤษ เพื่อให้เข้าใจบทสนทนาที่ซับซ้อนและละเอียดอ่อน พวกเขาจะพบกับคำศัพท์และสำนวนเฉพาะที่สะท้อนถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเกาหลีที่ถูกอธิบายเป็นภาษาอังกฤษ เช่น คำว่า "gganbu" (เพื่อนซี้/คู่หูในเกม) "red light, green light" (เกมไฟแดงไฟเขียว) "dalgona" (ขนมน้ำตาลเกาหลี) "marbles" (ลูกแก้ว) (Chang, 2023; Jung, 2020) นอกจากนี้ ตัวละครในซีรีส์ยังใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารในบางสถานการณ์ ทำให้ผู้ชมได้เรียนรู้การใช้ภาษาอังกฤษในบริบทที่หลากหลาย เช่น การสนทนาของตัวละครต่างชาติ หรือการใช้ภาษาอังกฤษในการประกาศกฎของเกม ซึ่งรวมถึงคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับกลไกเกมและการเอาชีวิตรอด เช่น "eliminated" (ถูกคัดออก) "survivor" (ผู้รอดชีวิต) "prize money" (เงินรางวัล) "final round" (รอบสุดท้าย) "VIPs" (แขกพิเศษ/ผู้มีอิทธิพล) (Jung, 2020) การอภิปรายเนื้อหาซีรีส์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Reddit หรือกลุ่ม Facebook ที่มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ยังทำให้เยาวชนต้องฝึกฝนการเขียนและแสดงความคิดเห็นเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อวิเคราะห์พล็อตเรื่องหรือทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์ เช่น การใช้คำว่า "plot twist" (จุดหักมุมของเรื่อง) หรือ "character development" (การพัฒนาของตัวละคร) (Thai PBS World, 2021) การได้เรียนรู้คำศัพท์และสำนวนเหล่านี้ในบริบทที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มพูนคลังคำศัพท์และทักษะการฟัง แต่ยังเสริมสร้างแรงจูงใจภายในที่ทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นกระบวนการที่สนุกสนาน มีความหมาย และเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเยาวชนไทยได้อย่างแท้จริง (Godwin-Jones, 2020)

2. พฤติกรรมการเรียนผ่านการแปลซับ, ทำคอนเทนต์, เข้าร่วมคลาสออนไลน์

บทความวิชาการนี้ชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในกลุ่มเยาวชนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการที่เข้ามามีส่วนร่วมกับกระแส Hallyu ผ่านกิจกรรมที่เน้นการลงมือทำและสร้างสรรค์ ซึ่งแตกต่างจากการเรียนแบบตั้งรับในห้องเรียน การแปลซับ (fansubbing) ถือเป็นหนึ่งใน

พฤติกรรมหลักที่ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างเข้มข้น แฟนคลับ BTS (ARMY) จำนวนมากมักจะอาสาแปลวิดีโอคอนเทนต์จากภาษาเกาหลีเป็นภาษาอังกฤษ เช่น รายการ Run BTS! หรือเบื้องหลังการถ่ายทำ ซึ่งทำให้พวกเขาต้องเผชิญกับวลีหรือคำศัพท์เฉพาะทางที่พบในบริบทที่ไม่เป็นทางการ (Godwin-Jones, 2020) เช่น ต้องแปลคำว่า "on hiatus" (อยู่ในช่วงพักงาน) วลีที่อธิบายความสำเร็จของเพลงอย่าง "chart-topping" (ติดอันดับชาร์ต) หรือคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับอัลบั้มเช่น "tracklist" (รายชื่อเพลงในอัลบั้ม) (Han & Lee, 2023) นอกจากนี้ ในบทสนทนาหรือเนื้อเพลง อาจมีวลีที่ซับซ้อนขึ้นอย่าง "go with the flow" (ทำตามกระแส/ปล่อยให้เป็นไป) "dream come true" (ความฝันที่เป็นจริง) หรือการแสดงความรู้สึกเชิงลึกเช่น "overwhelmed with emotions" (ท่วมท้นด้วยอารมณ์) (Li & Xu, 2024) การแปลเหล่านี้ไม่เพียงแต่เสริมสร้างทักษะการอ่านและการเขียน แต่ยังฝึกฝนความเข้าใจบริบทและไวยากรณ์ภาษาอังกฤษอย่างลึกซึ้ง (Crystal, 2018) นอกจากการแปลซับแล้ว การสร้างคอนเทนต์ (content creation) ที่เกี่ยวข้องกับ Hallyu โดยใช้ภาษาอังกฤษ เป็นอีกหนึ่งพฤติกรรมการเรียนรู้เชิงรุกที่โดดเด่น เยาวชนไทยหลายคนหันมาทำวิดีโอรีวิว วิเคราะห์ทฤษฎี หรือสร้างสรรค์ Fan-made MV บนแพลตฟอร์มอย่าง YouTube หรือ TikTok โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก เพื่อสื่อสารกับผู้ชมทั่วโลก (Chang, 2023) การสร้างคอนเทนต์เหล่านี้บังคับให้ต้องใช้ทักษะการเรียบเรียงประโยค การเลือกใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม และการฝึกการออกเสียงภาษาอังกฤษให้ชัดเจน เช่น การพูดถึง "highly anticipated" (ที่รอคอยอย่างมาก) สำหรับการออกอัลบั้มใหม่ การบรรยายถึงปรากฏการณ์ไวรัลอย่าง "breaking the internet" (สร้างกระแสในอินเทอร์เน็ตอย่างมาก) หรือการใช้คำสแลงอย่าง "no cap" (พูดจริง/ไม่โกหก) และ "low-key" (แอบๆ/ไม่โจ่งแจ้ง) (Chang, 2023; Jung, 2020) ในการวิเคราะห์ซีรีส์อย่าง Squid Game อาจใช้คำว่า "moral dilemma" (ภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออกทางศีลธรรม) "suspenseful plot" (โครงเรื่องที่น่าระทึก) "disturbing imagery" (ภาพที่น่ากังวล) หรือ "emotional rollercoaster" (ประสบการณ์ที่เต็มไปด้วยอารมณ์หลากหลาย) เพื่ออธิบายความรู้สึก (Netflix, 2021)

การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มออนไลน์ได้เอื้อให้เกิด การเข้าร่วมคลาสเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์ ที่เน้นคอนเทนต์ Hallyu โดยเฉพาะครูสอนภาษาอังกฤษบางคนได้นำเพลงของ BTS หรือบทสนทนาจาก Squid Game มาใช้เป็นสื่อการสอน โดยผู้เรียนอาจได้เรียนรู้คำศัพท์เชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับภาษา เช่น "cultural nuances" (ความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ละเอียดอ่อน) "idiomatic expressions" (สำนวนภาษา) "contextual understanding" (ความเข้าใจตามบริบท) "colloquialisms" (คำพูดติดปาก/ภาษาพูด) (Dörnyei, 2019) นอกจากนี้ ยังมีการฝึกฝนเพื่อพัฒนา "active vocabulary" (คำศัพท์ที่ใช้ได้อย่างคล่องแคล่ว) และ "fluency practice" (การฝึกพูดให้คล่องแคล่ว) ผ่านการสนทนาเกี่ยวกับ K-Pop หรือ K-Drama ทำให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการพูดโต้ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองสนใจอย่างแท้จริง พฤติกรรมการเรียนรู้เหล่านี้แสดงให้เห็นว่า Hallyu Wave ไม่เพียงแต่จุดประกายแรงจูงใจ แต่ยังนำไปสู่การเปลี่ยนผ่านสู่การเรียนภาษาอังกฤษแบบเชิงรุกและสร้างสรรค์ในหมู่เยาวชนไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลกระทบของ Hallyu ต่อการเรียนรู้ภาษา

กระแส Hallyu มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิธีการและแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของเยาวชนไทย โดยเฉพาะในบริบทการเรียนรู้นอกห้องเรียน (informal learning) ผ่านสื่อบันเทิงเกาหลี เช่น BTS และ Squid Game ซึ่งกลายเป็นสื่อกลางที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เชิงรุก (Godwin-Jones, 2020) ภาษาอังกฤษจึงไม่ใช่แค่วิชาเรียน แต่เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงสิ่งที่สนใจอย่างแท้จริง (Dörnyei, 2019) เยาวชนไทยเรียนรู้วลีภาษาอังกฤษจากเพลงและซีรีส์ เช่น “I’m good to go”, “let’s get it”, “survival of the fittest” พร้อมทั้งเข้าใจคำศัพท์เชิงวัฒนธรรมและสังคม เช่น “dalgona”, “green light, red light”, “social commentary” และ “class struggle” (Han & Lee, 2023; Jung, 2020) การมีส่วนร่วมในชุมชนแฟนคลับนานาชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษ เช่น การโพสต์ว่า “My heart is full” หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารด้วยคำว่า “solo debut”, “tracklist”, “they broke records” ยิ่งช่วยเสริมทักษะภาษาและแรงจูงใจ (Li & Xu, 2024; Crystal, 2018) นอกจากนี้ยังเรียนรู้ศัพท์แสลงออนไลน์ เช่น “stan culture”, “slay”, “simp”, “no cap” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาษาอังกฤษได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและชีวิตประจำวันของเยาวชนไทย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สอนหรือผู้กำหนดนโยบายในการใช้วัฒนธรรมสมัยนิยมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ

จากผลกระทบที่เกิดขึ้น บทความนี้เสนอแนะว่า ครูผู้สอนและผู้กำหนดนโยบายควรใช้โอกาสจากปรากฏการณ์ Hallyu ในการบูรณาการสื่อบันเทิงเกาหลีเข้ากับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษอย่างสร้างสรรค์ (Benson, 2020) โดยอาจส่งเสริมกิจกรรมที่กระตุ้นให้เยาวชนใช้ภาษาอังกฤษในการ “สร้างคอนเทนต์” หรือ “เข้าร่วมชุมชนออนไลน์” ที่ตนเองสนใจ เพื่อเปลี่ยนการเรียนรู้ภาษาจากรูปแบบที่ถูกบังคับไปสู่การเรียนรู้ที่เกิดจากแรงจูงใจภายในและความสนุกสนาน ข้อเสนอแนะเหล่านี้มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากความนิยมของ Hallyu เพื่อให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจ มีชีวิตชีวา และยั่งยืนสำหรับเยาวชนไทยในยุคดิจิทัล เพื่อนำปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมสมัยนิยมนี้มาใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ แทนที่จะมองว่าวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นสิ่งรบกวนการเรียนรู้ ครูและผู้กำหนดนโยบายควรมองเห็นศักยภาพของมันในการเปลี่ยนการเรียนรู้ภาษาจากรูปแบบที่น่าเบื่อไปสู่กิจกรรมที่น่าสนใจและมีความหมายสำหรับเยาวชน (Godwin-Jones, 2020)

ข้อเสนอที่หนึ่งคือ การบูรณาการคอนเทนต์ Hallyu เข้ากับหลักสูตรอย่างสร้างสรรค์ โดยไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหลักสูตรทั้งหมด แต่เป็นการนำเสนอภาษาอังกฤษในบริบทที่เยาวชนคุ้นเคยและชื่นชอบ ตัวอย่างเช่น ครูสามารถใช้เพลงของ BTS หรือซีรีส์อย่าง Squid Game เป็นสื่อการสอนเพื่ออธิบายไวยากรณ์ คำศัพท์ หรือสำนวนต่างๆ (Han & Lee, 2023) เช่น การวิเคราะห์เนื้อเพลงที่มีวลีอย่าง “speak yourself” (พูดในสิ่งที่คิด/เป็นตัวของตัวเอง) “we are bulletproof” (เราแข็งแกร่งไม่เป็นสองรองใคร) ซึ่งสะท้อนถึงข้อความเชิงบวก หรือการใช้บทสนทนาในซีรีส์เพื่อศึกษาคำศัพท์แสลงเช่น “backstabber” (คนแทงข้างหลัง) หรือ “dead end” (ทางตัน) (Li & Xu, 2024; Chang, 2023) การใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริงของเยาวชนจะ

ช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่เรารู้กับประสบการณ์ส่วนตัวได้ ทำให้ภาษาอังกฤษไม่เป็นเพียงวิชาที่ต้องท่องจำ (Dörnyei, 2019)

ข้อเสนอที่สองคือ การส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบเชิงรุกผ่านกิจกรรมที่แฟนคลับคุ้นเคย ครูสามารถออกแบบกิจกรรมในชั้นเรียนที่เลียนแบบพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของแฟนคลับ (Jung, 2020) ตัวอย่างเช่น การให้นักเรียน "แปลซับ" วิดีโอสั้น ๆ จาก K-Pop หรือ K-Drama การ "สร้างคอนเทนต์" รีวิวซีรีส์ หรือเพลงเป็นภาษาอังกฤษบนแพลตฟอร์มอย่าง YouTube หรือ TikTok หรือการเขียน "fan fiction" (เรื่องแต่งโดยแฟนคลับ) ที่ใช้ศัพท์เฉพาะของ fandom เช่น "shipping" (จับคู่) "OTP" (one true pairing - คู่จิ้นที่ดีที่สุด) "comeback stage" (เวที comeback) (Netflix, 2021) กิจกรรมเหล่านี้จะกระตุ้นให้เยาวชนต้องใช้ทักษะการอ่าน การเขียน การฟัง และการพูดภาษาอังกฤษอย่างเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ อาจจัดกิจกรรม "discussion forum" (เวทีอภิปราย) ในชั้นเรียนที่เน้นหัวข้อเกี่ยวกับ Hallyu เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกใช้ภาษาอังกฤษในการแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ เช่น การใช้คำว่า "thought-provoking" (กระตุ้นความคิด) "social critique" (การวิจารณ์สังคม) "power dynamics" (พลวัตทางอำนาจ) หรือ "human nature" (ธรรมชาติของมนุษย์) ซึ่งเป็นธีมหลักใน Squid Game hai (PBS World, 2021)

ข้อเสนอที่สามคือ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบไม่เป็นทางการ ผู้กำหนดนโยบายควรสนับสนุนให้มีการเข้าถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลและคอนเทนต์ต่างประเทศอย่างเสรี พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้เครื่องมือช่วยเรียนรู้ภาษาที่ฝังมากับแพลตฟอร์ม เช่น คำบรรยายภาษาอังกฤษ หรือฟังก์ชันการแปล (Benson, 2020) การสร้างพื้นที่ที่ปลอดภัยและเปิดกว้างสำหรับการแลกเปลี่ยนภาษาอังกฤษนอกห้องเรียน เช่น ชมรมภาษาอังกฤษที่เน้นวัฒนธรรม K-Pop/K-Drama หรือการจัดกิจกรรม "English-speaking corner" (มุมสนทนาภาษาอังกฤษ) ที่มีธีมเกี่ยวกับ Hallyu จะช่วยให้เยาวชนมีโอกาสดูฝึกใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง และลดความประหม่าในการสื่อสาร ตัวอย่างคำศัพท์หรือวลีที่อาจเกิดขึ้นในบริบทเหล่านี้ได้แก่ "binge-watching" (ดูซีรีส์รวดเดียว) "plot twist" (จุดหักมุม) "cliffhanger" (ตอนจบที่ค้างคา) "meme" (มีม/ภาพตลกที่แพร่หลาย) "trending" (เป็นที่นิยม/ติดกระแส) (Chang, 2023; Netflix, 2021) การผสมผสานวัฒนธรรมสมัยนิยมเข้ากับการเรียนรู้ภาษาอย่างชาญฉลาด จะช่วยเปลี่ยนภาษาอังกฤษให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเยาวชน และสร้างแรงจูงใจที่ยั่งยืนในการพัฒนาทักษะต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

การเปลี่ยนแปลงพลวัตของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในยุคดิจิทัลที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่าง Hallyu Wave ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การซึมซับคำศัพท์และสำนวนใหม่ๆ ผ่านเนื้อเพลงฮิตอย่าง "Permission to Dance" ที่มีวลีให้กำลังใจ เช่น "It'll get better" หรือบทสนทนาที่น่าติดตามในซีรีส์ Squid Game ที่อาจมีประโยคสะท้อนสังคมอย่าง "Is living this horrifying or is dying this horrifying?" เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการก่อตัวของวิธีการเรียนรู้แบบใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยความสนใจส่วนตัวและแรงจูงใจจากภายใน (intrinsic motivation) องค์ความรู้ใหม่นี้ชี้ให้เห็นว่า เยาวชนไทยไม่ได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษเพียงเพื่อสอบหรือตามหลักสูตร แต่เป็นการเรียนรู้เพื่อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแฟน

คลับระดับโลก และเพื่อเข้าถึงคอนเทนต์ที่หลากหลายบนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง YouTube, Netflix, และ TikTok การศึกษาครั้งนี้ยังเน้นย้ำถึงบทบาทของ "พลังแห่งแฟนคลับ" (fan power) ในการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ไม่เป็นทางการ (informal learning environment) ที่เยาวชนแลกเปลี่ยนความรู้ แบ่งปันคำแปล สร้างสรรค์คอนเทนต์ และสนับสนุนซึ่งกันและกันในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ ยังมีการค้นพบว่า การเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่าน Hallyu Wave มักนำไปสู่การพัฒนาทักษะทางวัฒนธรรม (intercultural competence) เนื่องจากเยาวชนได้สัมผัสกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเกาหลีที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อเพลง และซีรีส์ ซึ่งช่วยให้พวกเขาเข้าใจโลกและผู้คนจากมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น องค์ความรู้ใหม่นี้ท้าทายแนวคิดเดิมเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่มักเน้นการเรียนรู้ในห้องเรียนและการท่องจำกฎเกณฑ์ โดยเสนอว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมสามารถเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการจุดประกายความสนใจและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในยุคดิจิทัล



ภาพ 1 อิทธิพลวัฒนธรรมสมัยนิยม Hallyu Wave

ที่มา : ประวิทย์ ธงชัย

เอกสารอ้างอิง

- สำนักข่าวไทย. (2566). *BTS ศิลปินระดับโลกที่สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้ K-Pop*. ประชาชาติธุรกิจ. (2564). *ถอดสุนทรพจน์ BTS ใน UN “วัคซีนคือตัวเดินทางสู่โลกใหม่”*. ไทยรัฐออนไลน์. (2564). *'Squid Game' พีเวอร์ ชุดฮาโลวีนขายดี เด็กไทยเลียนแบบเกมอันตราย*.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21.
- Benson, P. (2020). Learner autonomy. In J. K. Hall, P. Perdue, & L. B. Leeman (Eds.), *The Routledge handbook of second language acquisition and pedagogy*. Routledge
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Byram, M. (2021). *Teaching and assessing intercultural communicative competence revisited*. Multilingual Matters.
- Chang, H. T. (2023). The effects of watching English-subtitled videos on EFL learners' vocabulary acquisition and listening comprehension. *System*, 114, 102983.
- CNN. (2021). *'Squid Game' is Netflix's biggest launch ever*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/2021/10/12/media/squid-game-netflix-viewers/index.html>
- Crystal, D. (2018). *English as a Global Language* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Dörnyei, Z. (2019). *Motivational strategies in the language classroom*. Cambridge University Press.
- Gardner, R. C. (2001). *Integrative motivation: Past, present and future*. In Z. Dörnyei & R. Schmidt (Eds.), *Motivation and second language acquisition*. University of Hawaii Press.
- Godwin-Jones, R. (2020). Language learning with digital media: Re-imagining the role of instructor and institution. *Language Learning & Technology*, 24(2), 1-13.
- Grgurovic, M. (2021). *Technology in second language learning: A research perspective*. Multilingual Matters.
- Han, H., & Lee, M. (2023). Fan engagement and language learning: The case of Korean pop (K-pop) fandom. *Applied Linguistics Review*, 14(1), 81-102.
- Hootsuite & We Are Social. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*.
- Jin, Dal Yong. "Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media." *International Communication Gazette*, 76(3), 2014, 263-276.

- Jung, H. (2020). The use of Netflix in foreign language learning: Exploring learner perceptions. *Computer Assisted Language Learning*, 33(7-8), 754-777.
- Kim, J. (2022). K-pop fans' identity negotiation and English language learning in online transnational fan communities. *Journal of Language and Cultural Education*, 10(2), 163-178.
- Kim, Y. (2020). The Korean Wave in Southeast Asia: Cultural Flows and Local Receptions. *Asian Studies Review*, X(Y), pp-pp.
- Krashen, S. D. (1985). *The input hypothesis: Issues and implications*. Longman.
- Kwon, Dae-sook. (2004). The Korean Wave: Korean Pop Culture in Global Context. *Korean Studies*, 37, 1-18
- Loewen, S., & Sato, M. (2017). *An introduction to instructed second language acquisition*. Routledge.
- Li, M., & Xu, Z. (2024). Informal language learning through pop culture consumption: A study of Chinese K-pop fans. *Studies in Second Language Acquisition*, 46(1), 169-191.
- Lee, Yoonjung. (2009). The Korean Wave: Korean Media Go Global. *Media Asi*, 36(4), 203-215.
- Lee, M. J., & Jang, S. Y. (2020). BTS and the Rise of K-Pop: The Role of Social Media in Fan Engagement. *Global Media Journal-Canadian Edition*, 13(1), 1-17.
- Lee, S. H. (2022). The influence of K-pop on Korean language learners' motivation and intercultural communication skills. *Korean Language Education*, 33(2), 125-148.
- Lim, H. (2021). Digital Media and Transnational Fandom: A Study of K-Pop Fans in Southeast Asia. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, X(Y), pp-pp.
- Netflix. (2021, October 19). *'Squid Game' becomes Netflix's most-watched series ever*. Retrieved from <https://about.netflix.com/en/news/squid-game-becomes-netflixs-most-watched-series-ever>
- Norton, B. (2013). *Identity and language learning: Extending the conversation* (2nd ed.). Multilingual Matters.
- Noels, K. A. (2021). Self-determination theory in second language learning: Integrating basic psychological needs, motivational regulations, and causality orientations. In Z. Nye, J. S. (2021). *Soft Power and the Korean Wave*.
- Suksai, P., & Rungreang, J. (2022). The Influence of K-Pop Fandom on Thai Youth's Cultural Consumption and Identity. *Journal of Southeast Asian Media Studies*, X(Y), pp-pp.
- Thai PBS World. (2021, October 13). *"Squid Game" fever sweeps Thailand, prompts social media debate*. Retrieved from <https://www.thaipbsworld.com/squid-game-fever->

sweeps-thailand-prompts-social-media-debate/

The Standard. (2565, 12 ธันวาคม). *กว่าจะเป็น BTS ซูเปอร์สตาร์แห่งยุค: ทบทวนบทเรียนจาก 'แรงบันดาลใจ' และ 'แรงบันดาลใจ' ของ 'อาร์มี'*. (ตัวอย่างการอ้างอิงบทวิเคราะห์ในสื่อไทย)

Wongsiriporn, S., & Limpothong, N. (2021). The Korean Wave's Impact on Thai Society: A Case Study of Cultural Hybridization. *Thai Journal of Cultural Studies*, X(Y), pp-pp.