



Why BTS
is the best

บอยแบนด์เกาหลี
ที่กำลังเขย่าโลก

The first Thai
designer in LFW

ตำนานนักออกแบบไทย
ในลอนดอนแฟชั่นวีค

Soft power
superpowers

ทำโมซอфтพาวเวอร์
ถึงมืออีกฟากทั่วโลก

Cool
Korea

เกาหลีได้กับศิลปะ
แห่งการสร้างสรรค

w o r l d d o m i n a t i o n



9 772351 075006

ISSN
3351
0757

THAILAND
FEB 2022
NO. 004
100 BART

BTS Runs The World

7 หมู่เมฆ่วงบอยแบนด์เกาหลีใต้ที่ขย้าโลกทั้งใบ
จนกลายเป็นปรากฏการณ์ กับบทสัมภาษณ์
ที่จะทำให้คุณรู้จักพวกเขามากขึ้นกว่าเดิม

BRIEF

10 **NOBODY KNOWS WHEN I WAS BURNOUT!**

Lindsey Jordan หรือ Snail Mail มาเปิดใจแบบตรงๆ กับเรื่องงาน การทัวร์คอนเสิร์ต และวง The Click Five

18 **THE SOFT POWER OF THE KOREAN WAVE**

พลังอำนาจแห่งวงกาสรสร้างสรรคข์องเกาหลีใต้

FEATURES

30 **HOW THAILAND'S SOFT POWER WORKS**

ซอฟต์แวร์ทาวเวอร์ไทยไปอย่างไรให้ปังพลัง

34 **THE WORLD OF SOFT POWER, SUPERPOWER**

ทำไมซอฟต์แวร์ทาวเวอร์จึงเปล่งวัฒนธรรมให้เป็นอำนาจที่แข็งแกร่งและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก

STYLE

72 **THE FIRST THAI DESIGNER IN LONDON FASHION WEEK**

ช่างบุญ รักดีสูง ตำนานนักออกแบบไทยที่ครั้งหนึ่งดังไกลถึงเวทกิสปดาพีแฟชั่นกรุงลอนดอน

80 **WHAT IS AN ORIENTAL FRAGRANCE?**

เรื่องราวของน้ำหอมตระกูลโอเรียนทัลกับการเปลี่ยนแปลงชื่อเพื่อคนเอเชีย

LIFE

124 **SECRETS OF THE DEEP**

ลมหายใจใต้น้ำระดับความลึกที่ไม่น่าเป็นไปได้ของนักกีฬาฟรีไดฟ์ชิงมือหนึ่งของโลก Alexey Molchanov

130 **PEACEFUL PLACE**

'ฮิเนะ' หมู่บ้านชาวประมงที่ให้ความสงบมากกว่าการจับปลา



เสื้อผ้า และเครื่องประดับ
ทั้งหมดจาก LOUIS VUITTON

WHY SOFT POWER MATTERS

↙ ในโลกยุคศตวรรษที่ 21 การบรรจบมาพັນกัน เพื่อให้ได้เป็นมหาอำนาจโลก ดูจะเป็นวิถีคิดที่ล้าหลังเป็นอย่างมาก เพราะในยุคปัจจุบัน การจะเป็นมหาอำนาจโลกโดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจยังสามารถทำได้ด้วยการใช้พลังอีกด้านที่สันติกว่า ซึ่งเรียกว่า 'ซอฟต์พาวเวอร์' (Soft Power)

จากตารางมูลค่าการส่งออกของประเทศเกาหลีใต้ที่เปิดเผยโดยสำนักข่าว *Bloomberg* ในปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเอนเตอร์เทนเมนต์ของเกาหลีใต้สร้างมูลค่าการส่งออกให้ประเทศจนขึ้นไปอยู่ในอันดับที่ 7 รองจาก 6 อันดับแรกที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และพวกอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์เพียงเท่านั้น โดยอุตสาหกรรมเอนเตอร์เทนเมนต์ในปีที่ผ่านมาสามารถทำเงินเข้าประเทศเกาหลีใต้ได้มากถึงประมาณ 10.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 3.6 แสนล้านบาท ซึ่งตัวเลขดังกล่าวสูงกว่าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรที่รั้งในอันดับที่ 8 และอุตสาหกรรมความงามและเครื่องสำอางที่อยู่ในอันดับที่ 9

วัฒนธรรมเกาหลีใต้ทั้งเรื่องแฟชั่น เสื้อผ้า อาหาร และภาษา ที่แทรกซึมเป็นส่วนประกอบในสินค้าเอนเตอร์เทนเมนต์ที่ถูกส่งออกของประเทศนี้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา จึงกลายเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ อย่างมหาศาล และมีอิทธิพลแทรกซึมไปในหลายประเทศทั่วโลก ไม่เว้นแม้แต่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งที่ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จจึงกลายเป็นต้นแบบให้กับประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้เรียนรู้ว่าเอนเตอร์เทนเมนต์อย่างซีรีส์ ภาพยนตร์ และดนตรี ก็สามารถเปลี่ยนให้กลายเป็นอาวุธอันทรงพลังในการครอบครองโลกได้เช่นกัน

GQ ในฉบับล่าสุด จึงขอพาผู้อ่านออกสำรวจเรื่องราวเกี่ยวกับ 'ซอฟต์พาวเวอร์' ที่กำลังกลายเป็นประเด็นที่หลายคนสนใจ โดยแน่นอนว่าในฉบับนี้เรายังพยายามค้นหาว่าอะไรกันแน่คือซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศไทย ซึ่งในเล่มยังได้ศิลปินบอยแบนด์วงบีทีเอส (BTS) ที่ถือเป็นตัวแทนของอำนาจในแบบซอฟต์พาวเวอร์ที่ดีที่สุดของประเทศเกาหลีใต้มาขึ้นปกนิตยสารอีกด้วย 🇰🇷

POP KAMPOL
USSE ณาธิการบริหาร



Why BTS is the best boybandเกาหลีใต้กำลังเขย่าโลก

The first Thai designer in LFW งานแฟชั่นโชว์ไทยในลอนดอนพร้อมกัน

Soft power superpowers กลยุทธ์ซอฟต์พาวเวอร์ที่ถล่มโลก

Cool Korea เกาหลีใต้กับคือ: แฟชั่นสร้างสรรค

w o r l d d o m i n a t i o n

BTS WEAR CLOTHING BY LOUIS VUITTON

PHOTOGRAPHED BY KANG HYEAW.

interview

NOBODY KNOWS WHEN I WAS BURNOUT!

STORY **ROBERT LEEDHAM**
PHOTO **TINA TYRELL**
TRANSLATED **รับเกล้า อ้นเคพวิษ**

010 \ GQTHAILAND.COM



"ไม่เคยมีใครบอกฉันเลย ว่าการเหนื่อยสายตัวแทบขาดมีจริงตอนอายุ 17 นี้เอง" สาวน้อยมากความสามารถอย่างลินด์เซย์ จอร์แดน (Lindsey Jordan) หรือที่เรารู้จักกันในนาม สเนลเมล (Snail Mail) มาเปิดใจแบบตรงๆ กับเรื่องการทัวร์คอนเสิร์ต และวงเดอะคลิกไฟว์ (The Click Five)

ครั้งแรกที่เราได้ชายตามองแม่สาวน้อย ลินด์เซย์ จอร์แดน ศิลปินสาวอินดี้วัย 22 ปี เธอมีเพื่อนๆ รายล้อมอยู่รอบตัวไปหมด และมีมงกุฎสีทองอันใหญ่สวมศีรษะอยู่ เหมือนมงกุฎที่เวลาไปกินเบอร์เกอร์คิงซุคของเด็กแล้วแถมมาให้

art

The Soft Power of the Korean Wave

พลังอำนาจแห่งวงการสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้

STORY ภาณุ บุญพิพัฒนาพงศ์



ฉากบันไดอันสลับซับซ้อน
ในเรื่อง Squid Game



La Muralla Roja งานสถาปัตยกรรม
ชิ้นเอกของริคาร์โด โบล่า

ในยุคปัจจุบันอำนาจอันทรงพลังของประเทศไทยได้ประเทศหนึ่งนั้นไม่ได้มีแค่เพียงแสนยานุภาพทางทหาร หรือความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการเมือง อันเป็นอำนาจแบบรูปธรรมที่สัมผัสจับต้องได้ ที่เรียกกันว่า 'อำนาจเชิงกระด้าง' หรือฮาร์ดพาวเวอร์ (Hard Power) เท่านั้น อำนาจแบบนามธรรมที่ไม่อาจสัมผัสจับต้องอย่างอำนาจทางวัฒนธรรม ค่านิยม ไลฟ์สไตล์ หรืออิทธิพลทางความคิด ที่เรียกกันว่า 'อำนาจอ่อนนุ่ม' หรือซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ก็เป็นอำนาจอันทรงพลัง

อีกรูปแบบหนึ่ง และอำนาจที่ว่านี้ก็ได้เพิ่งเกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน หากแต่ปรากฏให้เห็นมาเนิ่นนานในหลายยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมอย่าง British Invasion ในยุค 1960 ที่ดนตรีร็อกและป๊อปจากสหราชอาณาจักร บุกไปแพร่ความนิยมคลั่งไคล้ในสหรัฐอเมริกาและในหลายประเทศทั่วโลก โดยมีวงดนตรีอย่างเดอะบีเทิลส์ (The Beatles) เป็นหัวหอก หรือสหรัฐอเมริกาเองที่ใช้ซอฟต์พาวเวอร์ในรูปของวัฒนธรรมป๊อปอเมริกัน (American Popular Culture) เผยแพร่ทั้งไลฟ์สไตล์



HOW THAILAND'S

ซอฟต์พาวเวอร์ไทยไปอย่างไรให้มีพลัง

SOFT POWER

STORY อธิษชัย วีระคุณภักดิ์

WORKS



ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ได้กลายเป็นหัวข้อที่อยู่ในความสนใจอีกครั้ง หลังความโด่งดังของลลิษา มโนบาล หรือลิซ่า BLACKPINK ศิลปินสายเลือดไทยที่ประสบความสำเร็จผ่านกลไกการส่งออกวัฒนธรรมบันเทิงของเกาหลีใต้ ขณะที่ Squid Game ก็กลายเป็นซีรีส์ที่มีคนดูมากที่สุด ด้วยตัวเลขสถิติกว่า 100 ล้านบัญชีผู้ใช้ แชนจ์หน้าซีรีส์ฝรั่งหลายต่อหลายเรื่อง

เกาหลีใต้โมเดลจึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ พร้อมกับถูกพูดถึงในหลายเวทีสัมมนา และตามหน้าสื่อที่อยากจะทำตลาดเตรียมซอฟต์พาวเวอร์เกาหลีใต้และนำมาปรับใช้กับประเทศไทย

GQ Thailand เลยชวนตั้งคำถามเพื่อหาคำตอบ ว่าอะไรคือซอฟต์พาวเวอร์ไทย และเราจะส่งออกไปอย่างไรให้มีพลังเหมือนอย่างเกาหลีใต้ อะไรคือปัญหาและอุปสรรค ผ่านมุมมองของคน 3 คน หนึ่งในคือภาณุ อารี ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อภาพยนตร์ต่างประเทศ บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมาหลายสิบปี สองคือภรณ์ จาติกวณิช หัวหน้าพรรคกล้า พรรคการเมืองแรกๆ ที่พูดถึงซอฟต์พาวเวอร์ไทย และสามคือ จิราพร สินธุไพร สส. ร้อยเอ็ด จากพรรคเพื่อไทย ที่เป็นตั้งเกาหลีวังทองบังชินกิ (TVXQ) และเคยศึกษาวิจัยนโยบายของประเทศเกาหลีใต้ในด้านการส่งออกคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) สมัยเรียนปริญญาโทที่ประเทศอังกฤษ

“เราต้องใช้วัฒนธรรมของเราไปยึดพื้นที่ สร้างสรรค์ที่มีอยู่ทั่วโลก”



ภาณุ อารี

THE WORLD OF SOFT POWER, SUPER POWER

ทำไมซอฟต์พาวเวอร์
จึงแปลงวัฒนธรรม
ให้เป็นอำนาจที่แข็งแกร่ง
และได้รับการยอมรับไปทั่วโลก

STORY ชัยภาพร อัจฉริยะ

นี่คือความสามารถที่ทำให้ผู้อื่น
ปรารถนาหรือยอมรับในสิ่งที่เรา
ต้องการ” โจเซฟ ไนย์ (Joseph Nye)
ผู้คิดค้นทฤษฎีอำนาจอ่อน (Soft Power) แห่ง
มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University)
กล่าวประโยคนี้อย่างมีนัย ซึ่งเมื่อลองพิจารณา
อย่างถี่ถ้วนแล้ว จะสัมผัสได้ว่านักทฤษฎีชาว
อเมริกันท่านนี้ ไม่ได้บอกถึงการชักจูงอย่าง
ตรงไปตรงมาเพื่อต้องการสร้างอิทธิพลที่
เหนือกว่า และเผยแพร่ไปทั่วโลก

โจเซฟ ไนย์ อดีตรัฐมนตรีช่วยกระทรวง
การต่างประเทศและกระทรวงกลาโหมของ
สหรัฐอเมริกา เมื่อครั้งที่บิล คลินตัน (Bill Clinton)
เป็นประธานาธิบดี เขาตั้งข้อสังเกตว่านักวิชาการ
มักสับสนและเข้าใจผิดเกี่ยวกับแนวคิด
ซอฟต์พาวเวอร์ อันเนื่องมาจากการศึกษา
ความเข้าใจในหลักทฤษฎี ขาดความรู้ที่
จะนำไปวิเคราะห์ถึงความชัดเจน

เพราะส่วนใหญ่เห็นว่าพลังอำนาจชักจูง
คือแหล่งที่มาของทรัพยากรทั่วไป (Typical
Resources) ที่จับต้องได้ ดังนั้นไนย์จึง
พยายามชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่าง
‘ทรัพยากร’ (Resources) และ ‘พฤติกรรม’
(Behavior) ของมนุษย์

นั่นคือพฤติกรรมหรือการกระทำที่ ‘ชักจูง’
หรือทำให้อีกฝ่ายมีความ (รู้สึก) พอใจอย่าง
แรงกล้าและเห็นพ้องต้องกันอย่างนุ่มนวล
หรือ ‘ยอมรับ’ ซึ่งคำจำกัดความของซอฟต์
พาวเวอร์นั้นแตกต่างจากฮาร์ดพาวเวอร์
(Hard Power) อย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
การคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ และอำนาจ
ทางการทหาร เพื่อบีบบังคับให้ประเทศอื่นๆ
ต้องยอมทำตามปฏิบัติตามสิ่งที่ประเทศหนึ่ง
ต้องการ หาใช่การขยายอิทธิพลโดยการ
เปลี่ยนแปลงความคิด คล้อยตาม ด้วยการ
ดึงดูดความสนใจและการโน้มน้าวใจไม่



โจเซฟ ไนย์ นักทฤษฎีชาวอเมริกัน
ผู้คิดค้นทฤษฎี Soft Power

เสือน้ำ และเครื่องประดับ
ทั้งหมดจาก LOUIS VUITTON

OVER
THE HORIZON

PHOTO
GO WON TAE

FASHION EDITOR
SHIN HYE JEE

CONTENT EDITOR
LEE JI HOON

TRANSLATED
MAYTAWEE TAEMEEYACHAT

ชำนัญ รักดีสุข
 ตำนานนักออกแบบไทย
 ที่ครั้งหนึ่งดังไกล
 ถึงเวทีสัปดาห์แฟชั่น
 กรุงลอนดอน

THE FIRST THAI DESIGNER IN LONDON FASHION WEEK

STORY สันติชัย อากรณศรี

▼ ความไม่ฝันของแฟชั่นดีไซเนอร์มีอะไรมาก มีแบรนด์เป็นของตัวเองวางขายทั่วโลก มีคนดังระดับโลกสวมใส่ ได้แสดงโชว์ในงานแฟชั่นวีค ฯลฯ สำหรับแฟชั่นดีไซเนอร์ไทย ปัจจุบันเราเห็นความสำเร็จของแบรนด์ทั้งเล็กใหญ่มากมายในระดับโลก ไม่ว่าจะเป็น BOYY, Dry Clean Only, Pony Stone และอีกมากมายที่ขายไปทั่วโลก มีคนดังระดับโลกสวมใส่ แล้วถ้าเป็นรันเวย์แฟชั่นวีคระดับโลกล่ะ มีดีไซเนอร์ไทยคนไหนไปเดินทริออย์?

ถ้าพูดกันตามจริงก็เชื่อว่าไม่มี เพราะหากย้อนไปเมื่อสิบกว่าปีก่อน เราเคยมีดีไซเนอร์ไทยอย่างพลายนาว บาย ชำนัญ (FLYNOW by Chamnan) โดยชำนัญ รักดีสุข ไปโลดแล่นบนรันเวย์ลอนดอนแฟชั่นวีค ประทับนักออกแบบดังๆ อย่างอเล็กซานเดอร์ แม็กควีน (Alexander McQueen) มาแล้วเช่นกัน ชำนัญ รักดีสุขทำงานให้กับพลายนาว (FLYNOW) มาตั้งแต่เขาอายุ 16 ปี พออายุได้ 25 ในปี ค.ศ. 1991 เขาก็ตัดสินใจเดินทางไป

ลอนดอน โดยให้เหตุผลว่าต้องการไปศึกษาหาความรู้ด้านประวัติศาสตร์แฟชั่นเพิ่มเติม แต่คำว่าไปศึกษาของเขานั้น ไม่ได้หมายถึงการเข้าเรียนในสถานศึกษา แต่เป็นการตั้งใจศึกษด้วยตัวเอง เพราะเขารู้ดีว่าตัวเองไม่ฟิตอินกับระบบการศึกษา การศึกษาประวัติศาสตร์แฟชั่นของชำนัญจึงอยู่ที่การอ่านหนังสือและการไปพิพิธภัณฑ์เป็นหลัก

"ผมเริ่มจากคนที่ผมชื่นชอบ ซึ่งก็คือเซซิล บีตัน (Cecil Beaton) โดยเริ่มไปหาหนังสือเกี่ยวกับเขา



**ELEMENTS FIRE
TOM DIXON**

ฮัตแน่มไปด้วยร่องรอยของชีวิต ที่ตั้งใจ
คัดสรรทุกสิ่งที่มีผลตรงกันจิตวิญญาณ
ของคุณ โดยไม่สนใจกับสาระของคำว่า
น้อยแต่มาก ถ้าคุณกล้าที่จะไปให้สุด
Elements Fire งานดีไซน์ล้ำจาก
Tom Dixon จะช่วยขับเคลื่อนคุณ
ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งรูปทรงของบรรจุภัณฑ์
และกลิ่นที่ร้อนแรงราวสีอรกยนต์ที่ปก
กับพื้นอย่างมะตอยจนหลอมใหม่เป็น
ยางเหนียว ที่คู่มาพร้อมกับกลิ่นควีนจาก
ยางไม้หอมที่ถูกเผาเค้ค่ากับต่อมกลิ่น
ของกวางชะมดเร้าอารมณ์ แม้ว่า
องค์ประกอบกลิ่นอาจจะดูเหมือนเข้ากัน
ไม่ได้เลย แต่เมื่อจุดแล้วจะพุ่งจวบเหมือน
อยู่ใกล้เตาผิงโถงเก่าจนชื่นสนิม

สอบถามรายละเอียดได้ที่เพจเฟซบุ๊ก
modhariothiving



**CHA
SCENTCHA**

เมื่อการตกแต่งที่มากเกินไป
ความจำเป็นคือมายาและ
ภาวะ แต่แสงเทียนเป็นสิ่งที่
นุ่มนวลให้คุณตั้งคำถามกับ
เรื่องวุ่นวายทั้งภายนอกและ
ภายใน คุณอาจต้องการรูปแบบ
ที่ไร้ความรุงรัง มุ่งตรงไปยัง
สิ่งที่ใช้สอยได้อย่างคุ้มค่าใน
เชิงจิตวิญญาณ จะมีกลิ่นใด
ที่ทำให้ใจคุณพบกับความนิ่ง

ได้เท่ากับกลิ่นหอมอ่อนๆ ของ
ใบชา เทรกด้วยกลิ่นละมุน
ของมะลิที่อยู่เป็นเพียงภาพ
พื้นหลังไกลๆ พอให้ใจเบา
และเสริมกลิ่นเปรี้ยวอมขม
น้อยๆ ของน้ำมันผิวมะนาว
พอให้มีกำลังในการเข้าไป
สะล้างพื้นที่ภายในจิตใจ เนื้อ
กลิ่นเบาพลิวและกระจายตัว
อย่างอ่อนๆ นอกจากนั้นบรรจุ

ภัณฑ์ยังเป็นสีชาสะอาด
กลมกลืนกันดีกับเนื้อเทียน
สีน้ำตาลอ่อนละมุน นีคือ
เทียนหอมกลิ่น Cha กลิ่นแรก
และกลิ่นหลักจากแบรนด์
ScentCha ที่ไม่ควรมองผ่าน

สอบถามรายละเอียดได้ที่อินสตาแกรม
@Scentcha.official

**AMBER MUSK
THANIYA 1988**

งานขามกระเบื้องเคลือบ ตั้งไม้มะเดื่อสีเข้ม
ผืนผ้าไหมพลิวสีนเป็นมันเงา และภาพเขียน
หมึกบนกระดาษสา เหล่านี้ล้วนสะท้อนถึงราก
เหง้าทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเชื่อมโยงกับ
ความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรม โดยเน้น
ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ง่าย เช่น ไม้ไผ่
หวาย หรืองานจักสาน เทียนหอมกลิ่น Amber
Musk ที่หวานลึกล้ำ แต่แรกมอบความสดชื่น
ด้วยกลิ่นของน้ำมันผิวส้มสดเปรี้ยว แต่ก็เข้มข้น
ด้วยกลิ่นหวานของวานิลลาเข้ากับยางไม้หอม
เมื่อจุดจนเนื้อเทียนหลอมละลายได้ที่ตีกลิ้งมี
กลิ่นคล้ายเครื่องหนังเจือเข้ามา เกิดเป็นความ
ขัดแย้งระหว่างความหวานกับความหม่นเข้ม
ทำให้มิติของกลิ่นมีความเข้ายานอยู่ในที่ แม้โน้ต
จะไม่ได้ซับซ้อนมาก แต่ผสมผสานได้น่าสนใจ
กลิ่นนี้จึงขับเน้นบรรยากาศให้น่าติดตามใน
ทุกครั้งที่ลมอุ่นพัดผ่านไม้ไผ่

สอบถามรายละเอียดได้ที่เพจเฟซบุ๊ก thaniya1988



เขียนนำพิภพการรุดทลายโลก เสื้อคอเต้านำยี่ห้อ และไอโฟนรุ่นจาก COACH
สร้อยคอประดับกะเปาะใบไม้จาก PRADA



interview

the girl who always thinking about life

คุยกับน้ำตาล-พิจักษณ์ วงศ์รัตนศิลป์ ถึงบทเรียนของคนคิดมาก

STORY **ปราน บรณภัสสม**
PHOTO **พิชคุณ ชมชัชรียงมงคล**



GQ อยู่ที่สตูดิโอแห่งหนึ่งย่านรัชโยธิน พร้อมกับผู้หญิงที่เปล่งประกายในชุดเดรสสวมทับด้วยสเวตเตอร์ น้ำตาล-พิจักษณ์ วงศ์รัตนศิลป์

นักแสดงสาวที่ผ่านทั้งงานละคร *มัจจุราชสีน้ำผึ้ง*, *ดาวเคียงเดือน* และภาพยนตร์เรื่องล่าสุด *สัมป่อย* ในวัยที่ความรักและอาชีพเริ่มมั่นคง เรามีโอกาสได้นั่งพูดคุยถึงชีวิตที่แม้จะไม่เป็น

view

WHY MODERN SOFT POWER MAYBE SOFT, BUT NOT POWER

ทำไมทุกวันนี้สิ่งที่เรียกว่า Soft Power อาจไม่ใช่ Soft Power?

STORY อธิป จิตตฤกษ์

ทุกวันนี้คำว่า 'ซอฟต์พาวเวอร์' (Soft Power) เป็นคำที่ใช้กันแพร่หลาย และเรียกได้ว่าเป็นคำที่นักวางนโยบายสาธารณะใช้กันเต็มไปหมด ซึ่งความหมายทั่วไปในทางปฏิบัติก็คือการมีซอฟต์พาวเวอร์ของชาติหนึ่งมันก็หมายถึงว่า 'วัฒนธรรม' ของชาติคุณเป็นที่ 'ยอมรับ' ในระดับนานาชาติ นั่นก็คือการที่คนชาติอื่นๆ ดูหนัง ฟังเพลง รวมถึงเสพศิลปะ-วัฒนธรรมอื่นๆ ของชาติคุณนั่นแหละ

แน่นอนในเรื่องแบบนี้กรณีตัวอย่างที่เรามักจะได้ยินกันอยู่บ่อยๆ ก็คือเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีซอฟต์พาวเวอร์สูง วัยรุ่นทั่วโลกฟังเคป็อป (K-Pop) ส่วนคนมีอายุหน่อยก็ติด 'ละครเกาหลี' ทางเน็ตฟลิกซ์กันอย่างอมแงม

นี่คือสิ่งที่พูดกันเหมือนไม่มีปัญหา แต่เอาจริงๆ สิ่งเหล่านี้เรียกว่าเป็นซอฟต์พาวเวอร์ได้จริงๆ เหรอ? หรือแค่มีสินค้าทางศิลปวัฒนธรรมขายดีระดับนานาชาติ มันเป็นคนละเรื่องกับการมีซอฟต์พาวเวอร์กันแน่?

เราอาจต้องเริ่มถามก่อนว่า อะไรคือซอฟต์พาวเวอร์? และคอนเซ็ปต์นี้เกิดมาทำไม?

ถ้าไปได้ดู เราจะรู้เลยว่าคอนเซ็ปต์นี้เกิดจากนักรัฐศาสตร์อเมริกันนาม โจเซฟ ไนย์ (Joseph Nye) ในช่วงยุค 1990s ซึ่งหลักๆ เขาพยายามจะพูดในบริบทการเมืองระหว่างประเทศถึงอำนาจอีกรูปแบบหนึ่งที่จะทำให้ชาติอื่นทำตาม นอกจากอำนาจแบบดั้งเดิมที่ใช้กันมาอย่างยาวนาน เช่น อำนาจทางการทหาร หรืออำนาจทางเศรษฐกิจ

พูดง่าย ๆ ก็คือเขากำลังบอกว่า เราสามารถทำให้ชาติอื่นทำอย่างที่เราต้องการได้ โดยไม่ต้องเอาทหารไปบุก หรือทำการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ และสิ่งที่เราทำแบบนี้ได้คืออำนาจแบบเบา หรือที่เรียกว่าซอฟต์พาวเวอร์นั่นเอง แล้วซอฟต์พาวเวอร์คืออะไร? โจเซฟ ไนย์ได้พูดเอาไว้อย่างชัดเจนว่ามีองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ 1. วัฒนธรรม 2. ค่านิยมทางการเมือง และ 3. การทูต

ซึ่งก็ไม่ต้องพูดมากว่าจริงๆ แล้วอเมริกา คือประเทศที่ใช้ 3 อย่างนี้มาอย่างหนักหน่วงในช่วงสงครามเย็น และที่อเมริกาชนะสงครามเย็นได้ ก็ไม่ใช่เพราะอำนาจทางการทหารเท่ากับการขยายซอฟต์พาวเวอร์ออกไป

หรือพูดอีกแบบ อเมริกาส่งออกวิถีแบบอเมริกันผ่านสินค้าและหนังฮอลลีวูดแบบสุดๆ จนชาวโลกต่างเห็นว่าการที่อเมริกาเป็น มันคือเรื่อง 'ปกติ' ไม่ว่ามันจะดีหรือไม่ดี แต่นั่นสร้างอำนาจให้ชาติอเมริกาอย่างมหาศาล และทำให้ค่านิยมที่ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งของสังคมส่วนใหญ่ในโลกมาก่อนอย่างเสรีภาพทางการเมือง แสดงออกหรือตลาดเสรี กลายเป็นเรื่องปกติทั่วโลกไปในปัจจุบัน

ในแง่ที่เราคงไม่ต้องเถียงว่าประเทศที่มีซอฟต์พาวเวอร์สูงสุดประเทศหนึ่งคืออเมริกา แต่ก็มีคนตั้งคำถามอยู่ดี ว่าจริงๆ แล้วเราเรียกสิ่งเหล่านี้ว่า 'อำนาจ' ได้หรือ?

เพราะเวลาคุณบอกว่าคุณมี 'อำนาจ' คุณต้องใช้มันในการทำให้คนอื่นมีพฤติกรรมบางอย่างที่ตัวเองต้องการได้ คำถามคือแม้แต่เคสอเมริกาเอง 'อำนาจ' แบบที่ว่ามันมีจริงๆ เหรอ? หรือพูดง่าย ๆ ก็คือจริงๆ แล้วคนฟังอเมริกาเพราะดูหนังฮอลลีวูดเยอะหรือ? หรือเพราะกองทัพอเมริกาแข็งแกร่งที่สุดในโลก? หรือเพราะอเมริกาเป็นคู่ค้ารายใหญ่ที่สามารถคว่ำบาตรชาติอื่นได้?

ดังนั้นแม้แต่ในแวดวงรัฐศาสตร์เอง ก็มีคนถกเถียงมาตั้งแต่แรกแล้วว่า สิ่งที่เราเรียกว่าซอฟต์พาวเวอร์มันไม่มีจริงหรือ และสิ่งที่จะเรียกได้ว่า 'อำนาจ' จริงๆ ที่จะทำให้ชาติอื่นทำตาม ก็มีแต่ฮาร์ดพาวเวอร์ (Hard Power) เท่านั้น

เช่นเดียวกัน ถ้าเราว่ากันตามนิยามของซอฟต์พาวเวอร์แบบรากฐานจริงๆ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้อาจไม่มีสิ่งที่เรียกว่าซอฟต์พาวเวอร์ด้วยซ้ำ เพราะสองชาตินี้มีแค่สินค้าทางศิลป-วัฒนธรรมที่ขายดี แต่ยอดขายพวกนี้มันไม่ได้มีความสามารถในการแปลงไปเป็นอำนาจทางการเมืองในเวทีโลกได้แต่อย่างใด



ถ้าตรงนี้เราจะตั้งต้นว่า 'วัฒนธรรมคือการเมือง' เราก็จะเห็นว่าบางทีการที่เรามองว่าโน่นนี่เป็นซอฟต์พาวเวอร์ไปเสียหมด จริงๆ แล้วมันเกิดเพราะนิยาม 'อำนาจ' ของเราเปลี่ยนไปมากกว่า เพราะการบอกว่าทุกอย่างในโลกคือการเมืองไปหมด มันเป็นปรากฏการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในช่วงกลางยุค 2010s แล้วเป็นปรากฏการณ์ที่ 'อเมริกัน' มากๆ ด้วย ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนตอนเลือกตั้งประธานาธิบดีในปี 2016 โดยที่ฮิลลารี คลินตัน (Hillary Clinton) น่าจะเป็นนักการเมืองอเมริกันคนแรกๆ ที่ใช้นิยาม 'การเมืองวัฒนธรรม' ในสนามประธานาธิบดี

แนวคิดซอฟต์พาวเวอร์อุบัติมาใหม่ในยุคสมัยแบบนี้เอง ยุคที่ทุกคนมองว่าทุกอย่างมี 'อำนาจ' แอบแฝงอยู่ เผลอมองว่าการดูหนัง ฟังเพลงเป็นอะไรที่มากกว่าความบันเทิง แต่เป็นเรื่องของการรับอุดมการณ์มาแบบไร้สำนึก ซึ่งนำไปสู่การ 'ทำตามแบบไร้สำนึก'

แน่นอนเราจะเรียกสิ่งนี้ว่า 'อำนาจ' ก็อาจได้ แต่ปัญหาคือเราสามารถบอกได้หรือว่า การที่คนดูหนังอเมริกันจนเชื่อในเสรีภาพปัจเจกบุคคลสุดๆ และลุกขึ้นมาปกป้องระบบตลาดและการค้าเสรี นั่นคือ 'อำนาจ' ของอเมริกา แบบเดียวกับที่เราบอกว่าคนดูซีรีส์เกาหลีสิมากๆ ชื่อไปทอดเกาหลีกับโซจูมากินที่บ้าน นั่นคือ 'อำนาจ' ของเกาหลีใต้

อำนาจที่ทำให้คนลุกขึ้นมาสู้เพื่ออุดมการณ์กับอำนาจที่ทำให้คนออกจากร้านไปซื้อไปทอดกินเป็นสิ่งเดียวกันหรือ? นั่นคือคำถาม และถ้ามันเป็นสิ่งเดียวกันได้ สิ่งที่เราเห็นทุกวันนี้ก็คงจะพอเรียกว่า 'ซอฟต์พาวเวอร์' ได้ครึ่งมั้ง

THE MOST LUXURIOUS SHIP EVER BUILT RETURNS TO SAILING

การกลับมาล่องมหาสมุทรอีกครั้งของเรือสำราญที่หรูที่สุดในโลก

STORY ชัยฎาพร คุ้มจัน



เมื่อสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เริ่มผ่อนคลาย โปรแกรมเที่ยวพิภพของใครหลายคนเริ่มกลับมาเป็นจริงอีกครั้ง รวมถึงการเดินทางที่นำตื่นตาตื่นใจก็หวนกลับมาให้นักท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ หลังจากหยุดชะงักไปเกือบสองปี ไม่ว่าจะเป็นการโดยสารเครื่องบินข้ามประเทศที่พาให้คนทั่วทุกมุมโลกต่างค่อยๆ ไปมาหาสู่กันหรือทริปท่องเที่ยวพักผ่อนโดยเรือสำราญชวนเราให้สุดกลืนอายจากท้องทะเลปะทะกับสายลมที่ตกรกระทบคลื่น เสมือนการปลดปล่อยชีวิตไปค้นหาดินแดนใหม่ที่นามหัตถ์จรรย

ปัจจุบันมีเรือสำราญล่องอยู่บนคาบมหาสมุทรมากมายหลายเส้นทาง ซึ่งหนึ่งในนั้นคือบริษัทเดินเรือ Regent Seven Seas Cruises (RSSC) เจ้าแห่งเรือสำราญยักษ์ใหญ่ที่ให้บริการมานานกว่า 20 ปี โดยที่ผ่านมาก็มีพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังท่าเรือต่างๆ มากกว่า 300 แห่งทั่วโลก ซึ่งล่าสุดเรือขนาดมหึมาที่สร้างขึ้นในปี 2016 อย่างเรือ Seven Seas Explorer เพิ่งต้อนรับนักเดินทางกลับมาขึ้น

สู่ความสำราญระดับลักซ์ชัวร์เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2021 อีกครั้ง ซึ่งนับเป็นครั้งแรกหลังจากที่อุตสาหกรรมการเดินทางเรือสำราญได้หยุดการเดินทางเรือไปพักใหญ่

การกลับมาล่องเรืออีกครั้งของ Seven Seas Explorer ทำให้เหล่าบรรดาลูกเรือและนักท่องเที่ยวตื่นตื่นไม่น้อย โดยจุดหมายการเดินทางครั้งนี้เรียกได้ว่าเป็นการสำรวจเส้นทางยุโรปโดยเฉพาะ ทั้งยุโรปตะวันตก ยุโรปกลาง ยุโรปตะวันออก โดยเคลื่อนตัวออกจากท่าที่เมืองทริเยสเต (Trieste) ของอิตาลี ล่องเรือผ่านไปยังโครเอเชียและกรีซ พร้อมสัมผัสประสบการณ์การบริการสุดเอ็กซ์คลูซีฟบนพื้นที่เรือขนาดใหญ่ถึง 4,262 ตารางเมตร สามารถจุผู้โดยสารได้ถึง 750 คน บวกกับลูกเรืออีก 542 คน พื้นที่ภายในตกแต่งด้วยหินอ่อนหรูหราทันสมัยทั้งลำ พร้อมพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นสระว่ายน้ำ สปา ฟิตเนส คาเฟ่ในโชว์คาบาเรต์ โรงละคร คาราโอเกะ รวมไปถึงห้องอาหาร บาร์ เลจัน และโซนันทนาการอื่นๆ

อีกมากมาย ทำให้การล่องเรือบนมหาสมุทรข้ามทวีปผ่านไปอย่างไม่มีเบื่อ

ในส่วนของห้องพักที่มอบความพิเศษให้กับแขกผู้เข้าพักตลอดทั้ง 8 คืนนั้น มีห้องพักสวีตจำนวน 375 ห้อง ทุกห้องมีระเบียงส่วนตัวยาวถึง 12 เมตร สามารถนอนแบบแคดแบบชิลๆ เพื่อดื่มด่ำบรรยากาศ ชมวิวภายนอกอย่างสบายใจ นอกจากนี้ห้องสวีตของเรือยังแบ่งย่อยลงไปถึง 16 รูปแบบ ใครมีงบมากหน่อยลองเข้าพักห้องสวีตสุดพิเศษอย่างห้อง Regent Suites ซึ่งมีขนาดใหญ่ถึง 3,875 ตารางฟุต โดดเด่นด้วยชุดเครื่องนอนที่มีมูลค่านับล้านบาท พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องที่ได้รับการตกแต่งอย่างลงรายละเอียดทุกซอกมุม รวมไปถึงเครื่องใช้จุกจิกในห้องน้ำอย่างพวกแอมินี (Amenity) ที่ได้เลือกสรรแบรนด์ดังมาให้แขกผู้เข้าพักได้ใช้ เช่น แบรินด์เกอร์แลง (Guerlain) โบตเตก้า เวนเตต้า (Bottega Veneta) ล็อกซิทาน (L'Occitane) และเมอร์ แอนด์ มิสทรัล (Mer & Mistral) อีกทั้งทุกห้องจะได้รับการบริการจากบัตเลอร์ส่วนตัวและรูมเซอร์วิสตลอด 24 ชั่วโมงอีกด้วย