



ภาพลักษณ์ประเทศไทยในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

The Image of Thailand in Hollywood Films

พลอยชมพู เชาวน์ปรีชา¹ และ ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เณรมาลัยชลมารค²

¹นักศึกษาลัทธิศึกษาศาสตร์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, Pinkdevilch@hotmail.com

²อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, chch_ch@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ประเทศไทยในภาพยนตร์ฮอลลีวูด” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวูดว่ามีลักษณะที่ชัดและไม่ชัดต่อกฎหมายไทยเป็นอย่างไร งานวิจัยชิ้นนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพประเภทการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) โดยภาพยนตร์ที่นำมาศึกษา ได้แก่ ภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย จำนวน 10 เรื่อง ที่เข้ามาฉายในระหว่างปี ค.ศ. 2000 – 2016 สำหรับ แนวคิดที่นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ (Image) แนวคิดเรื่องสัญวิทยา (Semiology) และแนวคิดเรื่อง การเล่าเรื่อง (Narration) ในภาพยนตร์

ผลการศึกษา พบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยมีการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทย ในภาพยนตร์ แบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือ 1) ภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทย และ 2) ภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดต่อกฎหมายไทย ภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทยปรากฏในภาพยนตร์ 5 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง The Beach (2000), Bangkok Dangerous (2008), The Hangover part 2 (2011), Only God Forgives (2013) และ Skin Trade (2014) โดยมีประเด็นในการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทย แบ่งเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ประเทศไทยเป็นเมืองแห่งยาเสพติด 2) ประเทศไทยเป็นเมืองแห่งการค้าประเวณี 3) ประเทศไทยเป็นเมืองแห่งการคอร์รัปชัน 4) ประเทศไทยเป็นเมืองแห่งอาชญากรรม ส่วนภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดต่อกฎหมายไทย ปรากฏในภาพยนตร์ 5 เรื่อง ได้แก่ Rambo 4(2008), Bitter Sweet (2010), The Impossible (2012) Railway Man (2013) และ The Asian Connection (2016) โดยประเด็นในการนำเสนอภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทยแบ่งเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ประเทศไทยมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม 2) ชาวไทยเป็นผู้ที่มีน้ำใจ 3) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่งดงาม 4) ประเทศไทยมีความผูกพันลึกซึ้งกับพระพุทธศาสนา

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, ภาพยนตร์ฮอลลีวูด

Abstract

The research on “The Image of Thailand in Hollywood Films” is aimed at learning about the image appearing of Thailand’s in Hollywood films and if it is contrary to the laws of Thailand or not. The qualitative research was based on textual analysis of ten studied Hollywood films that were shot in Thailand and released between 2000 and 2016. The conceptual framework for data analysis included Image, Construction, Semiology and Film Narration.



The results of the research found that there were two aspects of image construction in Hollywood films shot in Thailand, which were 1) image contrary to the laws of Thailand and 2) image not contrary to the laws of Thailand.

Image contrary to the laws of Thailand was found in 5 films including *The Beach* (2000), *Bangkok Dangerous* (2008), *The Hangover Part 2* (2011), *Only God Forgives* (2013) and *Skin Trade* (2014). Four significant points that made the image contrary to the laws of Thailand were: 1) Thailand was a city of drugs; 2) Thailand was a country of prostitution; 3) Thailand was a country of corruption; and 4) Thailand was a country of crime.

Five films whose image was not contrary to the laws of Thailand were *Rambo 4* (2008), *Bitter Sweet* (2010), *The Impossible* (2012), *Railway Man* (2013) and *The Asian Connection* (2016). Four significant points that made the image not contrary to the laws of Thailand were: 1) Thailand had beautiful scenery; 2) Thai people were generous; 3) Thailand had a graceful culture; and 4) Thailand was profoundly tied to Buddhism.

Keywords: Image, Hollywood Films

1. บทนำ

ภาพยนตร์ (films) เป็นศิลปะเพื่อความบันเทิงชนิดหนึ่งที่แพร่หลายทั่วไปในทุกชาติทุกภาษา นอกจากจะเป็นศิลปะแล้ว ยังเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมของชนชาตินั้นๆ และยังเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อสังคมโดยทั่วไป เนื่องจากภาพยนตร์มีเนื้อหาที่ครอบคลุมเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นแต่ละยุคสมัย ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม (สุวิมล วงศ์รัก, 2547) ฉลองรัฐ เอมมาลย์ชดมารค (2558) ได้กล่าวถึงภาพยนตร์ว่า ภาพยนตร์เป็นศิลปะสำหรับมวลชนเพราะเป็นสิ่งที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ภาพยนตร์ยังมีบทบาทให้ความบันเทิง ช่วยบันทึกเรื่องราวแห่งยุคสมัย และสามารถส่งสารเผยแพร่อุดมการณ์หรือปลูกฝังรสนิยมให้กับมวลชนได้ง่าย เหตุนี้เองภาพยนตร์จึงได้รับการตระหนักว่ามีความสำคัญและมีบทบาทต่อสังคมโดยรวม ภาพยนตร์จึงนับว่าเป็นหนึ่งในสินค้าทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด เนื่องจากในการนำเสนอเรื่องราวนั้นมีการถ่ายทอดและนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมถึงสภาพสังคม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น การเมือง เศรษฐกิจ รวมถึงวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้นๆ ด้วย จึงถือได้ว่าภาพยนตร์เป็นการบันทึกเรื่องราวและถ่ายทอดออกมาในรูปแบบสื่อชนิดหนึ่ง และเอกสิทธิ์ พันธุ์ฟู (2554) ได้กล่าวว่า ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีพลังทางวัฒนธรรมอย่างมาก และมีอิทธิพลสูงในการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างกว้างขวาง เนื่องจากภาพยนตร์ “เป็นภาษาสากล” ที่สามารถเข้าถึงได้ทั้งคนที่ไม่รู้หนังสือและคนที่มีการศึกษารวมทั้งภาพยนตร์ยังมีภาษาและไวยากรณ์เป็นของตนเอง เป็นศิลปะร่วมสมัยที่ผสมผสานมิติของภาพ เสียง ดนตรี การแสดง ภาพยนตร์เป็นการนำภาพแต่ละภาพมาเรียบเรียงพร้อมทั้งให้เสียงประสานจนภาพเหล่านั้นต่อเข้าด้วยกันเสร็จสมบูรณ์ และมีความหมายเป็นการสร้างภาพความเป็นจริงในภาพมาหา

การเติบโตของภาพยนตร์มีวิวัฒนาการที่ยาวนานจนกระทั่งถึงการเติบโตของเทคนิคการถ่ายทำภาพยนตร์จากมุมเดียว เช่น การถ่ายภาพการแสดงละคร การเล่าเรื่องด้วยภาพ การใช้ภาพใกล้ - ไกล การจัดองค์ประกอบของภาพ ที่เรียกว่า miss - en - scence และการตัดต่อภาพ จากภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกันมาผสมกันเพื่อสื่อความหมายดังที่เรียกว่า Soviet



Mongtage ที่ทำให้ภาพยนตร์ได้รับการขนานนามว่าเป็นศิลปะแขนงที่เจ็ด เพราะมองว่าภาพยนตร์เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่ไม่ต่างจากศิลปะทั้งหกด้าน ได้แก่ นาฏกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม ดนตรี และวรรณกรรม โดยภาพยนตร์จึงถือว่าเป็นศิลปะแขนงใหม่ที่ใช้ศิลปะแห่งภาพและเสียงรังสรรค์โลกแห่งจินตนาการเป็นภาพความจริงและเสมือนจริงผ่านทางสายตาของผู้ชม อีกทั้งยังผสมผสานศิลปะทั้งหกเข้ามารวมกันจนเกิดเป็นภาพยนตร์ (กัจจกร หลุยยะพงศ์, 2557) ส่งผลให้การเล่าเรื่องสามารถตีความหมายไปสู่ภาพยนตร์ในฐานะปฏิบัติการทางสังคม อันหมายถึงภาพยนตร์จะมีความเกี่ยวพันกันทางสังคมทั้งในด้านของผู้ผลิต (sender) ที่จะผลิตเนื้อหา (message) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม เช่น การเมือง เศรษฐกิจ และประวัติศาสตร์ ซึ่งมีการแฝงความหมายบางประการ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (channel) หลากหลายและหลายครั้ง จนกระทั่งถึงการรับชมและการพิจารณาจากผู้ชม (receiver) จนถึงกระบวนการรับรู้และเกิดการตีความหมาย

ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกที่ถูกประเมินหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยิน รวมถึงการรับภาพยนตร์เช่นกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติหรือมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสถานที่เหล่านั้น ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall / Global Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมินความรู้สึกต่อคุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่นั้น (Affective Image) เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของสถานที่นั้นๆ กล่าวคือ ภาพลักษณ์ตามคุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่ เช่น ทิวทัศน์ภูมิประเทศ อากาศ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น และความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อคุณลักษณะต่างๆ นั้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของจังหวัดหรือภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่งๆ (จิรายุทธ์ สนดา, 2557) โดยภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะมาจากสื่อใดๆก็ตาม เช่น ผลการวิจัยของ อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ได้ผลวิจัยว่าในการที่ชาวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เพราะประเทศไทยมีความสวยงามทางธรรมชาติ และความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น รวมถึงมีความเด่นในด้านวัฒนธรรมและประเพณี ส่วนด้านความคุ้มค่าของเงินในการท่องเที่ยว คือ มีแหล่งขายสินค้าที่ถูก (Fascinating Cheap Shopping) อาหารหลากหลาย (Exotic Food) แหล่งประวัติศาสตร์ที่เป็นมิตร (Friendliness Historical Sites) ชานเมืองที่ไม่ถูกทำลาย (Tropical Unspoiled Countryside) และมีทิวทัศน์สวยงาม (Beautiful Scenery) นอกจากนี้ประเทศไทย ยังมีภาพลักษณ์ที่เด่นในด้านคุณค่าที่ก่อให้เกิดความรู้ (Epistemic Value) ได้แก่ การมีประสบการณ์ในวัฒนธรรม ที่แตกต่าง (Difference Culture Experience) การมีประสบการณ์กับอากาศที่แตกต่าง (Different Climate Experience) เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ ทะเล ชนบทที่ไม่ถูกทำลาย ทิวทัศน์ที่สวยงาม และความรู้สึกถึงการได้พักผ่อน สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกล่าวว่า ภาพยนตร์มีอิทธิพลจากการสะท้อนภาพลักษณ์จากชมภาพยนตร์ที่นำเสนอด้านภาพลักษณ์ประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เป็นสิ่งที่ประกอบการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ถือเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งผลให้การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในประเทศไทยมีการพัฒนาและเติบโตขึ้นได้ (จุฑามาศ วิชาลสิงห์ และคณะ, 2555) ทำให้



ต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจและเลือกประเทศไทยเป็นเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์มากขึ้น ด้วยสถานที่ที่สวยงาม เหมาะกับบทภาพยนตร์ทั้งที่ใช้สถานที่ถ่ายทำและนำเสนอในภาพยนตร์ว่าเป็นประเทศไทยจริง และเป็นการสมมติ เมืองหรือประเทศขึ้นก็ตาม โดยภาพยนตร์จากฮอลลีวูดมีจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำอย่างต่อเนื่องหลังจากภาพยนตร์สารคดีเรื่องแรกของฮอลลีวูดที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยเรื่อง “ช้าง” ในปี พ.ศ.2463 และภาพยนตร์เต็มเรื่อง เรื่อง “The beach” ที่ถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์สร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2543

แต่ในขณะเดียวกัน การรับรู้ข้อมูลในการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็ยังมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ เช่นกัน เพราะการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวต่างชาติต่างก็ได้รับประสบการณ์ที่มีความแตกต่างกันในทั้งในพื้นที่แต่ละภูมิภาค สภาพอากาศ ชุมชน และผู้คน ในท้องถิ่นซึ่งมีผลต่อทัศนคติที่นักท่องเที่ยวได้รับมีความแตกต่างกัน จากผลการวิจัยของอรุษา วรรณประเสริฐ (2542) กล่าวว่านักท่องเที่ยวชมมองเห็นประเทศไทยเต็มไปด้วยมลพิษ มีการเอาเปรียบจากพ่อค้าแม่ค้า ประเทศไทยเป็นดินแดนแห่งการค้าเสพติดและมีโสเภณีเด็ก ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวมีผลทางด้านภาพลักษณ์เชิงลบต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันอย่างไม่ขาดสายและมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อเชิงภาพลักษณ์ต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยรวมถึงเศรษฐกิจในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนการนำเสนอภาพยนตร์ของฮอลลีวูดที่มีการกล่าวถึงประเทศไทยในภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ การถ่ายทำ บทพูดที่กล่าวถึงประเทศไทย นักแสดง การนำเสนอด้วยภาพ คนตรีประกอบ ตลอดจนการสร้าง ความหมายที่มีการสื่อถึงประเทศไทยจากภาพยนตร์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา จะมีการสะท้อนความหมายในด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่ปรากฏในภาพยนตร์ซึ่งมีทั้งขัดต่อกฎหมายไทย และไม่ขัดต่อกฎหมายไทย เนื่องจากการขออนุญาตเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบจากกองกิจการภาพยนตร์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ก่อน ซึ่งในการศึกษาผู้วิจัยกำหนดผลการศึกษามาโดยภาพรวมของการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยในภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มีการถ่ายทำในประเทศไทยจากแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอเกี่ยวกับการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมของ Walter Benjamin ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ใช้คำว่า “Re – Presentation” ที่กล่าวถึงกระบวนการผลิตซ้ำ และการเผยแพร่ทางวัฒนธรรมโดยผ่านงานทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ ในเชิงบวก แต่ในคำว่า “Re – Presentation” ยังมีการนำเสนอในแง่มุมของการ “นำเสนอใหม่” และ “การเป็นตัวแทน” นั่นคือการนำเสนอ “ภาพแทน” (Representation) ซึ่งเป็นเพียงแค่ความหมายนัยยะหนึ่งของคำที่ ฮัลล์ สจวร์ต ได้นิยามคำว่า “Representation” ว่าเป็นการผลิตสร้าง ความหมายโดยใช้ระบบสัญญาณ เป็นการพยายามที่จะเสนอแนวความคิดเชื่อมโยงกับระบบสัญญาณเข้าด้วยกัน หรือเป็นการนำเสนอผ่านระบบสัญญาณนั่นเอง ฮัลล์ พิจารณาว่า ระบบการนำเสนอภาพแทนนั้นเกิดขึ้นจากสองระดับด้วยกัน คือ 1) ในระดับของการนำเสนอภาพแทนในใจ (Mental Representation) เป็นการพยายามตีความจริงรอบตัวมนุษย์ซึ่งเป็นกระบวนการกลั่นกรองที่เกิดขึ้นรอบตัวบุคคลให้เป็นความรู้หรือความคิดหนึ่งๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ 2) ในระดับของการนำเสนอภาพแทนภายนอก เป็นการสื่อสารความคิดหรือความรู้ที่อยู่ในหัวสมองออกมาให้ผู้อื่นรับทราบ โดยระบบสัญญาณหนึ่งๆ เช่น ภาษา เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การนำเสนอภาพแทนนั้นมีขั้นตอนในการกลั่นกรอง “ความจริง” อย่างน้อยสองระดับ คือการกลั่นกรองและจัดการเรียบเรียงความรู้ความคิดในหัวสมองมนุษย์ และกลั่นกรองและจัดการเรียบเรียงความรู้ความคิดภายนอกโดยผ่านระบบสัญญาณนั่นคือ ภาษา ทำให้ Hall เสนอวิธีการศึกษาการนำเสนอภาพแทนในเชิงการ



“สร้าง” ความหมาย (Construction Approach) ซึ่งตั้งอยู่บนความเชื่อพื้นฐานที่ว่า การนำเสนอภาพแทนนั้นไม่ใช่เป็นกระบวนการนำเสนอที่โปร่งใส หรือเป็นเพียงการถ่ายทอดสิ่งรอบข้างโดยตรงโดยไม่มีการบิดเบือน หากแต่เป็นกระบวนการที่แอบแฝงการผลิตความหมาย กล่าวคือ ในขณะที่สิ่งรอบข้างไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเอง หากแต่นักเขียนหรือผู้นำเสนอภาพแทนนั้นใส่ “ความหมาย” ลงไปในกระบวนการนำเสนอจากแง่มุมดังกล่าว ผู้เขียนบทภาพยนตร์หรือ ผู้นำเสนอนับว่ามีความสำคัญอย่างมากในกระบวนการสร้างความหมาย เนื่องจากเป็นผู้กำหนดกรอบและให้ความหมายกับสิ่งรอบข้างที่ไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเอง เช่นเดียวกันกับการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยในภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่มีการใช้กลวิธีในการสร้างความหมายผ่านกระบวนการเล่าเรื่องและถ่ายทอดลงสู่ภาพยนตร์ (สรพงษ์ วงศ์ธีรธรรม, 2556)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายถึง โทนทัศน์เรื่องภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ถึงความหมายโดยอรรถ (Denotative Meaning) และความหมายโดยนัย (Cognitive Meaning) ที่สอดคล้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยการปรับภาพลักษณ์ของประเทศไทยเชิงบวกเพิ่มมากขึ้นในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตลอดจนการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยผ่านการประกอบสร้างของภาพยนตร์ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ภาพยนตร์ด้านการใช้ภาษาทางภาพยนตร์และองค์ประกอบในการสร้างความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์ของประเทศไทยและปรากฏในภาพยนตร์ ทั้งนี้ผลของการวิจัยสามารถนำไปประกอบการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับนานาชาติ ตลอดจนระดับโลกได้ เพื่อเป็นแนวทางประกอบการส่งเสริมกลยุทธ์และปรับปรุงแก้ไขแผนพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของไทยในอนาคต ตลอดจนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ชัดและไม่ชัดต่อกฎหมายไทยในการนำเสนอภาพยนตร์ฮอลลีวูด

3. การดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ ตัวบท (Textual analysis) เนื้อหาของภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา รวมถึงการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข่าวดังกล่าว บทสัมภาษณ์ บทวิจารณ์ภาพยนตร์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในมุมมอง ทศนคติ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอต่างๆ มาประกอบกับการวิเคราะห์ตัวบทในภาพยนตร์เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่แม่นยำ ชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งภาพยนตร์ที่ใช้ในการศึกษานั้นพิจารณาและคัดเลือกภาพยนตร์ที่ผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้ลิขสิทธิ์ของฮอลลีวูดที่มีการเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยและเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย จำนวน 10 เรื่องโดยเข้าฉายในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2559 (ค.ศ. 2000-2016) ซึ่งการวิเคราะห์ภาพยนตร์ที่ใช้ในการวิจัยจะวิเคราะห์ภายใต้กฎหมายเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 เพราะภาพยนตร์ทั้งหมดได้ถูกถ่ายทำภายในประเทศไทย ซึ่งภาพยนตร์ที่นำมาศึกษา ได้แก่



ตาราง 1 รายชื่อภาพยนตร์ที่คัดเลือกและนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย

| ลำดับ | เรื่อง | ประเภท | ปีที่เข้าฉายในไทย |
|-------|----------------------|------------------|-------------------|
| 1 | The beach | Thriller/ Drama | 2000 |
| 2 | Bangkok dangerous | Thriller/Action | 2008 |
| 3 | Rambo 4 | Thriller/Action | 2008 |
| 4 | Bitter sweet | Romantic/Comedy | 2010 |
| 5 | The hangover part 2 | Farce | 2011 |
| 6 | The impossible | Thriller/ Drama | 2012 |
| 7 | Only god forgive | Drama/Thriller | 2013 |
| 8 | Railway man | Drama/ Biography | 2013 |
| 9 | Skin trade | Drama/Crime | 2014 |
| 10 | The Asian connection | Action | 2016 |

4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ภาพยนตร์ทั้งหมดในด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ชัดและไม่ชัดต่อกฎหมายไทยในการนำเสนอภาพยนตร์ฮอลลีวูด โดยวิเคราะห์จากองค์ประกอบหลักของภาพยนตร์ประกอบด้วยแนวคิดการเล่าเรื่อง ได้แก่ 1) ภาพ: คือ ภาพที่ปรากฏเป็นสถานที่ถ่ายทำในมุมต่างๆ ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นประเทศไทย โดยที่ไม่ต้องมีบทพูดหรือการแนะนำว่านี่เป็นอัตลักษณ์ของประเทศไทย เช่น ภาพวัด พวงมาลัย พานบายศรี ท้องทะเล เรือ ธงชาติไทย 2) เสียง: คือ เสียงบทพูด การสนทนาและ/หรือการบรรยายของตัวละคร ที่ใช้ในการสื่อสารกัน เสียงบรรยายประกอบในแต่ละฉากหรือแสดงแทนความรู้สึกนึกคิดของตัวละคร รวมถึงเพลงและดนตรีประกอบในแต่ละฉาก เช่น เพลงที่มีเสียงร้องเป็นภาษาไทยทั้งที่เป็นทั้งภาษากลางหรือท้องถิ่น (ภาษาเหนือ/อีสาน) และเสียงเครื่องดนตรีไทย 3) เนื้อหาและแก่นเรื่อง คือ โครงเรื่องของภาพยนตร์ที่ถูกสร้างและถ่ายทอดออกมา โดยมีการกำหนดว่าต้องมีประเทศไทยเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็สถานที่ สถานการณ์ เหตุการณ์ และบุคคลซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญแบ่งได้เป็นประเด็นหลัก คือ

ภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทย ปรากฏในภาพยนตร์ 5 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง The beach (2000), Bangkok dangerous (2008), The hangover part 2 (2011), Only god forgives (2013) และ Skin trade (2014) โดยประเด็นในการนำเสนอภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทยแบ่งเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ประเทศไทยเป็นเมืองแห่ง ยาเสพติด 2) ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งการค้าประเวณี 3) ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งการคอร์รัปชั่น 4) ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งอาชญากรรม ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลผู้วิจัยพบประเด็นที่มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยในภาพยนตร์ที่ชัดต่อกฎหมายไทย สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1) ประเทศไทยเป็นเมืองแห่งยาเสพติด โดยภาพยนตร์ นำเสนอว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถหา ยาเสพติดได้ง่าย ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง The beach และ Only God forgives และ The Hangover part 2 ทั้ง 3 เรื่องนี้ มีการกล่าวถึงว่าประเทศไทยสามารถหา ยาเสพติดได้ง่ายมาก เช่น กัญชา ซึ่งสามารถหาได้ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเมือง



ใหญ่ ในทอล์คคลับ หรือสถานที่ที่โจจรที่เป็นที่รู้จักในกันหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในขณะที่ เรื่อง Bangkok dangerous แม้ภาพที่นำเสนอไม่ได้กล่าวถึงโดยตรงว่ายาเสพติดหาง่าย แต่ก็กล่าวถึงว่ามียาเสพติดพัวพันในกลุ่มอาชญากรรมเพื่อใช้ในการประกอบการอื่นๆ

2) ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งการค้าประเวณี ที่แทรกซึมอยู่ทั่วทุกมุมของประเทศไทย และเป็นทีกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวว่าประเทศไทยเป็นเมืองแห่งการค้าประเวณี ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยามกลางคืน เช่น ในทอล์คคลับ หรือแม้กระทั่งการเกี่ยวโยงเรื่องอาชญากรรมการค้าประเวณี เช่น การซื้อขายเด็กสาวจากต่างจังหวัดเพื่อการค้าประเวณี พบในภาพยนตร์เรื่อง Bangkok dangerous และ เรื่อง Skin trade ส่วนในภาพยนตร์เรื่อง The beach ในภาพยนตร์นำเสนอเป็นสถานที่แห่งหนึ่งในจังหวัดกระบี่ที่เสนอภาพว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีและมีภาพที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินไปกับผู้หญิงไทยที่มีลักษณะการแต่งกายด้วยผ้าน้อยชิ้นตามถนน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นเมืองแห่งการค้าประเวณีอย่างโจ่งครึม แต่ในภาพยนตร์เรื่อง Only god forgives และ Bangkok dangerous นำเสนอภาพโจจรสถาน คือ บาร์ และในทอล์คคลับที่ซึ่งสามารถไปหาผู้หญิงบริการได้โดยง่าย ซึ่งหมายรวมถึงการค้าและเสพยาเสพติดภายในสถานแห่งนั้นด้วยเช่นกัน

3) ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งการคอร์รัปชั่น พบในภาพยนตร์ เรื่อง Bangkok dangerous โดยภาพยนตร์จะกล่าวถึงบุคคลที่ตกเป็นเป้าหมายในการถูกสังหาร ซึ่งทุกคนล้วนเป็นบุคคลที่ถูกบ่งชี้ว่าเป็นบุคคลที่มีการกระทำความผิดหรือช่วยเหลือประชาชนบังหน้าด้วยความโปร่งใส แต่ความเป็นจริงแล้วเป็นเพียงฉากบังหน้าเพื่อการกระทำทุจริตด้วยกลโกง อำนาจมืด และอิทธิพลท้องถิ่น

4) ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งอาชญากรรม เป็นอำนาจมืดและอิทธิพลท้องถิ่น ที่ปกคลุมในกรุงเทพมหานครเป็นหลัก นักการเมืองทุจริตมีกลโกงที่มีภาพความโปร่งใสช่วยเหลือประชาชนบังหน้า โดยส่วนใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีความพัวพันกับอาชญากรรม เช่น บาร์ ในทอล์คคลับที่มีผู้หญิงใส่ชุดน้อยชิ้นออกมาเดินกลางคลับที่มีเสาอยู่กลางเวที และมีอีกส่วนหนึ่งที่กำลังนั่งกับแขก สื่อให้เห็นว่าเป็นหญิงผู้ขายบริการ พบในภาพยนตร์เรื่อง Only god forgives แก่นของเรื่องถูกเชื่อมโยงมาจากกาที่น้องชายของพระเอกของเรื่อง ปลั่งมือฆ่าโสเภณีไทยตาย ฉากนี้เปรียบเสมือนการหาแหล่งค้าประเวณีเป็นเรื่องปกติและหาได้ง่ายมากของประเทศไทย รวมไปถึงการพัวพันกับยาเสพติด ส่วนภาพยนตร์เรื่อง Bangkok dangerous กล่าวถึงบุคคลที่ตกเป็นเป้าหมายสังหารล้วนเป็นบุคคลที่ถูกบ่งชี้ว่าเป็นบุคคลที่ไม่ดี จึงถูกจ้างให้ลอบสังหาร เช่น การมีความพัวพันกับการค้าประเวณี เช่น ตามชนบทโดยการหลอกหรือซื้อเด็กสาวจากพ่อแม่ที่ติดหนี้จำนวนมากแต่ไม่สามารถใช้หนี้ได้จึงต้องขายลูกสาวมาให้กับนายทุนเพื่อนำไปค้าประเวณี ซึ่งนายทุนนั้นอาจจะทั้งนายทุนและนักการเมืองทั้งไทยและต่างชาติ เช่นเดียวกับกับภาพยนตร์เรื่อง Skin trade ที่กล่าวถึงเรื่องอาชญากรรมที่เกี่ยวพันกับการค้าประเวณี อำนาจมืด และอิทธิพลที่ปกคลุมในกรุงเทพมหานคร แต่ภาพยนตร์ไม่ได้เจาะจงเรื่องของปลายทางหรือต้นตอของอิทธิพลด้านมืดดังกล่าวว่ามีความเป็นมาอย่างไร และทั้งสองเรื่องนี้เกี่ยวโยงไปถึงเรื่องยาเสพติด และการค้าประเวณีด้วยเช่นกัน

ส่วนภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ขัดต่อกฎหมายไทย ปรากฏในภาพยนตร์ 5 เรื่อง ได้แก่ Rambo 4 (2008), Bitter sweet (2010), The impossible (2012), Railway man (2013) และ The Asian connection (2016) โดยประเด็นในการนำเสนอภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ขัดต่อกฎหมายไทยแบ่งเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ประเทศไทยมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม 2) ชาวไทยเป็นผู้ที่มีน้ำใจ 3) ประเทศไทยมีประเพณีและวัฒนธรรมที่งดงาม 4) ประเทศไทยมีความผูกพัน



ลึกซึ้งกับพระพุทธศาสนา โดยประเด็นที่มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ไม่ขัดต่อกฎหมายไทย สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ประเทศไทยมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทะเล ที่จังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต นำเสนอชายหาด และน้ำทะเลที่สวยงาม สระมรกด เป็นการนำเสนอเชิงการท่องเที่ยวเพราะประเทศไทยได้ชื่อว่ามีทะเลและหมู่เกาะที่สวยงามมากไม่แพ้ประเทศอื่น เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะใช้เป็นที่พักผ่อน ภาพยนตร์ที่มีการนำเสนอภาพเชิงการการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้แก่ The impossible, Bitter sweet ส่วนเรื่อง Railway man เป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑ วัด และสถานที่ที่มีอยู่จริงในภาพยนตร์ คือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว (จังหวัดกาญจนบุรี) นำเสนอภาพความสวยงามของสะพานข้ามแม่น้ำซึ่งเป็นจุดท่องเที่ยวริมแม่น้ำแคว และความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนเรื่อง Rambo 4 ถึงแม่น้ำแควเรื่องในการนำเสนอจะมีความรุนแรงเพราะมีเค้าโครงมาจากเรื่องจริง เป็นสงครามกลางเมืองที่ถือว่านานที่สุดในเขตชายแดนไทยพม่าซึ่งเป็นความขัดแย้งของพม่าและชนเผ่ากะเหรี่ยง แม้ว่าการถ่ายทำจะใช้สถานที่ในประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำทั้งหมด แต่ส่วนใหญ่จำลองเป็นในประเทศไทยพม่าและเขตชายแดนพม่า ซึ่งใช้สถานที่ถ่ายทำใน อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ แต่ในส่วนที่กล่าวถึงประเทศไทยคือ อำเภอแม่สะ จังหวัดเชียงใหม่เป็นฟาร์มงูแม่สะ (แต่ในเรื่องกล่าวว่า เป็น อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก) ภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์เป็นรูปแบบของชุมชนในต่างจังหวัด วิถีชีวิตที่เรียบง่าย การ นำเสนอในภาพยนตร์แสดงให้เห็นถึงชุมชนเล็กๆ ในประเทศไทยนั้นมีความสงบ และความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่ทางตอนเหนือของประเทศไทย การใช้ชีวิตของคนในชุมชน อาชีพ และวิถีชีวิตของคนชุมชน คงความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของชุมชนในชนบทในประเทศไทย ส่วนภาพยนตร์เรื่อง The Asian connection นำเสนอความสวยงามในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของประเทศไทยอีกที่หนึ่ง คือ วัดเขาชีจรรย์ จังหวัดชลบุรี, วิวแม่น้ำเจ้าพระยาและพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามที่นางเอกนั่งเรือหางยาวออกมาในฉากตอบจบของเรื่อง แม้ภาพไม่ได้ตั้งใจในการนำเสนอเชิงการท่องเที่ยว แต่ก็สามารถช่วยเผยแพร่มุมมองของประเทศไทยในอีกมุมหนึ่งได้บ้างเช่นกัน รวมถึงฉากการส่งมอบเงินที่วัด ก็ใช้สถานที่ถ่ายทำที่โรงถ่ายภาพยนตร์ของกันตนา (Kantana Movie town) ในจังหวัดนครปฐม ที่แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยก็มีโรงถ่ายภาพยนตร์ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสวยงามเช่นกัน และภาพยนตร์ เรื่อง Bitter sweet ถ่ายทำและนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เกือบทั้งหมด เช่น ทะเลแหวก วัดถ้ำเสือ และสระมรกต ซึ่งสถานที่ถ่ายทำทั้งหมดนั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งในประเทศที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี และในบางสถานที่นั้น ก็เป็น Unseen Thailand ด้วย

2) ชาวไทยเป็นผู้ที่มีน้ำใจ ภาพยนตร์ที่นำเสนอเกี่ยวกับน้ำใจและความช่วยเหลือของคนไทย ที่พบในเรื่อง The impossible ตลอดทั้งเรื่อง คือ หลังจากการเกิดภัยธรรมชาติอย่างไม่คาดฝันการสร้างตัวละครเป็นจุดเชื่อมระหว่างเหตุการณ์และสถานการณ์ที่ต้องพบกับคนในพื้นที่ นั่นคือคนไทยในชุมชนที่เป็นผู้ค้นพบและตามหา รวมไปถึงผู้ที่เข้ามาช่วยเหลือ สถานพยาบาล ตลอดจนตำรวจ แก่นเรื่องนอกจากจะนำเสนอความหายนะของภัยธรรมชาติ แต่ในการเดินเรื่องก็มีการนำเสนอเรื่องความมีน้ำใจของคนไทยที่แสดงความช่วยเหลือด้วยรอยยิ้มและแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือแม้ว่าการสื่อสารจะค่อนข้างลำบากเนื่องจากมีความแตกต่างของภาษา แต่ภาพยนตร์ก็แสดงให้เห็นถึงความมีน้ำใจและเต็มใจที่จะช่วยเหลืออย่างมากที่สุด



3) ประเทศไทยมีประเพณีและวัฒนธรรมที่งดงาม ภาพยนตร์เรื่อง Bitter sweet มีการนำเสนอภาพที่แฝงเกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมไทยที่เป็นอัตลักษณ์ของคนไทย ในภาพยนตร์นั้นคือการ “ไหว้” ภาพยนตร์เรื่อง Bitter sweet นำเสนอวัฒนธรรมการถอรวงเท่าก่อนเข้าบ้าน ในฉากที่โบราณมาพบพ่อ-แม่ของทิดาที่จังหวัดกระบี่ และถามเพื่อนที่ชื่อเวรินเนอร์ว่า นั่นกำลังทำอะไร ก็คือการถอรวงเท่าก่อนเข้าบ้าน, การนำเสนอรูปแบบของประเพณีวันลอยกระทง และ การชกมวยไทยซึ่งถือเป็นศิลปะการป้องกันตัวของไทยอีกแขนงหนึ่ง ที่เป็นความน่าสนใจ จากชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องนี้ ถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่เผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวต่างชาติ ให้ได้เห็นวัฒนธรรมและประเพณีที่สวยงามของประเทศไทยให้ได้อีกมากขึ้น

4) ประเทศไทยมีความผูกพันลึกซึ้งกับพระพุทธศาสนา พบในภาพยนตร์เรื่อง Bitter sweet เช่น การเจิมรดก การแขวนพวงมาลัยหรือพระที่กระจกในรถ หรือการมัดผ้าแพรหลากสีที่ต้นไม้ใหญ่หรือศาลพระภูมิแสดงให้เห็นว่านั่นคือการสักการบูชา และในฉากที่ทิดาไหว้ศาลพระภูมิที่บ้านที่บูชาด้วยดอกไม้ พวงมาลัยและไหว้ด้วยรูป เพราะคนไทยมีความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพบูชาสามารถปกป้องรักษาคุ้มครองเราได้

5. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ประเทศไทยในภาพยนตร์ที่ชัดและไม่ชัดต่อกฎหมายไทย ผู้วิจัยพิจารณาศึกษาและวิเคราะห์ประกอบกับแนวคิดการเล่าเรื่อง แนวคิดเรื่องสัญวิทยา ในการพิจารณาการสร้างความหมายของภาพลักษณ์ประเทศไทยในภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า ภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดต่อกฎหมายไทย มี 5 เรื่อง และภาพยนตร์ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดต่อกฎหมายไทย มี 5 เรื่อง โดยการสร้างความหมายนั้นเป็นการสร้างและเสนอภาพแทนในใจของทีมผู้ผลิตในกระบวนการผลิตจนกระทั่งออกมาในรูปแบบของภาพยนตร์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการประกอบสร้างความหมายที่กล่าวว่า เป็นการพยายามเสนอภาพแทนในใจโดยผู้ผลิตที่ตีความจริงรอบตัวมนุษย์ซึ่งเป็นกระบวนการกลั่นกรองสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นความรู้หรือความคิดหนึ่งๆที่เกิดขึ้นภายในจิตใจและเป็นการนำเสนอภาพแทนภายนอก เป็นการสื่อสารความคิดหรือความรู้ที่อยู่ในหัวสมองออกมาให้ผู้อื่นรับทราบโดยระบบสัญญาณหนึ่งๆ เช่น ภาษา เป็นต้น (สรพงษ์ วงศ์ธีรธรรม, 2556) ซึ่งในเรื่องที่มีผลการวิเคราะห์ว่าภาพยนตร์ที่ชัดต่อกฎหมายไทย สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเด็น คือ เรื่องยาเสพติด การค้าประเวณี การคอร์รัปชัน และการอาชญากรรม ซึ่งจากการวิเคราะห์ทั้งหมดมีความเกี่ยวข้อง พัวพัน และเชื่อมโยงกัน ขึ้นอยู่กับว่าภาพยนตร์จะเน้นการนำเสนอในประเด็นใดเป็นหลัก เช่น ภาพยนตร์เรื่อง The beach ที่เน้นการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับยาเสพติดเป็นหลัก และเรื่องการค้าประเวณีนำเสนอเป็นเรื่องรอง ถึงแม้จะกล่าวถึงเพียงเล็กน้อยในส่วนครึ่งหลังของภาพยนตร์ แต่ภาพแสดง ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏก็คือสถานบันเทิงและการค้าประเวณี และการค้าประเวณี ส่วนใหญ่จะนำเสนอเป็น บาร์ ผับ ไนท์คลับ และมีการค้าประเวณีร่วมด้วยทั้งผู้หญิงและสาวประเภทสอง ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอารยา วรรณประเสริฐ (2542) ที่กล่าวว่า ประเทศไทยเต็มไปด้วยมลพิษ การที่พ่อค้าแม่ค้าเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นดินแดนแห่งการค้ายาเสพติด โสเภณีเด็ก และมีผลทางด้านภาพลักษณ์ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันอย่างไม่ขาดสายและมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยรวมถึงเศรษฐกิจในอนาคตอย่างต่อเนื่อง



ส่วนภาพยนตร์ไม่ขัดต่อกฎหมายไทย ส่วนใหญ่จะนำเสนอเชิงการท่องเที่ยวด้วยภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เช่น ชายหาด ทะเล ในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่, ทุ่งนา ภูเขา หมู่บ้านในชนบทที่มีความเงียบสงบ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และเขาชีจรรย์ ที่ จ.ชลบุรี สะพานแม่น้ำแคว ที่กาญจนบุรี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้ผลวิจัยว่าในการที่ชาวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เพราะประเทศไทยมีความสวยงามทางธรรมชาติ ส่วนภาพในกรุงเทพมหานครที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวหลักๆ ที่เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น พระปรางค์วัดอรุณราชวราราม การล่องเรือในแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเป็นตัวเลือกในการเลือกเข้ามาพักผ่อนให้ชาวต่างชาติด้วยการคงความชัดเจนไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของประเทศไทย รวมถึงการนำเสนอประเพณีและวัฒนธรรมของประเทศไทยที่สวยงาม เช่น การไหว้ การถอดรองเท้าก่อนเข้าบ้าน เป็นวัฒนธรรมปฏิบัติของคนไทย, ความสวยงามและความเป็นมาของประเพณีลอยกระทง ความมีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และการยิ้มของคนไทย ก็มีส่วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการนำเสนอความเป็นไทยด้วยเช่นกัน

จากการสรุปผลของการวิเคราะห์ข้อมูล จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ขัดต่อกฎหมายไทยในเรื่องของยาเสพติดและการค้าประเวณีที่ยังคงเป็นปัญหาเกี่ยวกับอาชญากรรมอันดับต้นๆของประเทศ ที่ไม่เพียงแต่มีการกระทำการค้าภายในประเทศเท่านั้น แต่ประเทศไทยยังเป็นแหล่งเชื่อมโยงในการค้ามนุษย์กับต่างประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย เช่น การซื้อขายเด็กผู้หญิงจากพ่อแม่ในชนบทของประเทศไทยเพื่อส่งขายให้กับต่างชาติในการค้าประเวณี เรียกว่าการค้ามนุษย์ข้ามชาตินั้นเองซึ่งทั้งหมดนั้นก็มีความเกี่ยวข้องกับกลไกการคอร์รัปชันด้วยเช่นกัน และหากพิจารณาอย่างลึกซึ้งจะสังเกตเห็นว่าทุกประเด็นจากการวิเคราะห์มีความเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกันด้วย แต่ขึ้นอยู่กับว่านครเรื่องใดจะยกประเด็นในเรื่องใดมาเป็นแก่นเรื่องหลักในการนำเสนอในภาพยนตร์เรื่องนั้น

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากภาพยนตร์เพียง 10 เรื่อง แต่ก็ยังเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมและผ่านการพิจารณาถึงเนื้อหาของภาพยนตร์ซึ่งกล่าวถึงประเทศไทยที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์เหล่านั้นแล้วว่าเป็นมุมมองเกี่ยวกับประเทศไทยที่สะท้อนออกมาจากทีมผู้ผลิตภาพยนตร์จากฮอลลีวูด โดยปรากฏออกมาผ่านสื่อภาพยนตร์ รวมถึงแนวความคิด และความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านต่างๆ เช่น ภาษา สังคม และวัฒนธรรม รวมไปถึงการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งในบางครั้งประเทศไทยและคนไทยที่เป็นผู้สร้างภาพลักษณ์เหล่านั้นให้กับชาวต่างชาติเสียเองซึ่งจำเป็นต้องมีกลวิธีในการปรับปรุงและแก้ไข แต่ผลจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ในส่วนที่ไม่ขัดต่อกฎหมายไทยสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาวิถีในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับนานาชาติตลอดจนระดับโลกได้ รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยสู่สายตาชาวต่างชาติให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อส่งเสริมและผลักดันทางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของไทยในอนาคต



ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากงานวิจัย มีดังนี้

1. นักผลิตภาพยนตร์และนักวิจัย ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในแง่มุมอื่นๆเพิ่มขึ้น และพัฒนากระบวนการผลิตภาพยนตร์โดยการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น งบประมาณในการผลิตภาพยนตร์ เพื่อตอบสนองหรือรองรับการประชาสัมพันธ์เชิงการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยและเป็นการพัฒนาของอุตสาหกรรม ภาพยนตร์สู่สายตาโลก เพราะปัจจุบันยังมีกองถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยเป็นจำนวนมากและยังคงมีอย่างต่อเนื่อง เช่น ประเทศจีนหรือประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้จะเป็นทวีปเดียวกันแต่การนำเสนอ ภาพลักษณ์ในประเทศไทยในสายตาของชาวต่างชาติที่แตกต่างอาจจะพบมุมมองและทัศนคติที่แตกต่างจากการได้ไป ซึ่งข้อมูลในกระบวนการผลิต ซึ่งการศึกษาวิเคราะห์ในเรื่องดังกล่าวเป็นการต่อยอดและก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในภาพยนตร์ของต่างชาติเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและ ระบบเศรษฐกิจต่อไป

2. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรปรับและ/หรือ เพิ่มกลยุทธ์ในการแก้ไข ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในเชิงลบหรือที่ขัดต่อกฎหมายไทยให้ครอบคลุมและชัดเจนมากขึ้น โดยอาจเป็นการ ร่วมมือกับกระทรวง หน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพราะภาพลักษณ์การของประเทศไทยมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งในปัจจุบันจะมีภาพลักษณ์เชิงลบมากกว่า โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีให้ทันสมัยมากขึ้น การเข้าถึง ที่ง่ายขึ้น รวมถึงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่ผู้ใช้บางกลุ่มยังไม่มีความระมัดระวังในการพิจารณาและไตร่ตรองการรับสื่อ และเผยแพร่สื่อออกไปโดยขาดการตระหนักรู้และไม่พิจารณาอย่างถี่ถ้วน จึงอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ ประเทศไทย และส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจระดับโลกในอนาคต

3. ตามกฎหมายการอนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มาตรา 23 ได้กล่าวว่า “ผู้สร้างภาพยนตร์ต้องดำเนินการสร้างภาพยนตร์ในลักษณะที่ไม่เป็นการบ่อนทำลาย ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือ ศีลธรรมอันดีของประชาชน หรืออาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคง และเกียรติภูมิของประเทศไทย ผู้สร้าง ภาพยนตร์ผู้ใดสงสัยว่าการสร้างภาพยนตร์ของตนเองจะเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติตามวรรคหนึ่ง อาจขอให้คณะกรรมการ พิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์พิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนดำเนินการสร้างได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการ พิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์จะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ซึ่งขอความเห็นทราบภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระแวงดังกล่าวให้ถือว่า คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้ความเห็นชอบแล้ว” (www.tourism.go.th) แต่ในกระบวนการขออนุญาตเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยจะได้รับการพิจารณาผ่านกองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ กรมการ ท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งพิจารณาจากบทภาพยนตร์ฉบับย่อจากผู้ผลิตก่อนเพียงเบื้องต้น เท่านั้นในการพิจารณาอนุญาตเพื่อให้เข้ามาถ่ายทำ ซึ่งอาจจะมีความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยน, เพิ่มบทภาพยนตร์ หรือมีการเปลี่ยนแปลงการถ่ายทำต่างๆ นอกเหนือจากบทภาพยนตร์ฉบับย่อที่กองกิจการภาพยนตร์ได้รับเพื่อ ประกอบการพิจารณาอนุญาต เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในช่วงเวลาที่ผู้ผลิตเข้ามาถ่ายทำตามบริบทในสถานที่นั้นๆ ซึ่ง เนื้อหา ภาพ และการสื่อความหมายอาจถูกปรับเปลี่ยน และ/หรือ เปลี่ยนแปลงไปจากความหมายเดิมที่นำเสนอต่อกอง กิจการภาพยนตร์ ดังนั้น กองกิจการภาพยนตร์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรเพิ่มเติม ข้อกำหนด ข้อบังคับ กฎหมาย และเงื่อนไขในการขออนุญาตให้รัดกุมและชัดเจนมากขึ้นตามบริบทของสถานที่



ขอเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย สำหรับหน่วยงานเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ของต่างประเทศ หมายถึงการถ่ายทำประเภทสารคดีหรือรายการประเภทต่างๆ ที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ตลอดจนการเพิ่มกฎระเบียบการควบคุมในกระบวนการถ่ายทำโดยกำหนด เข้มงวด และเคร่งครัดต่อกระบวนการถ่ายทำเพื่อให้การนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ไม่ขัดต่อกฎหมายไทย และก่อนที่ผู้ผลิตจะทำการฉายภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ กองกิจการภาพยนตร์ควรตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้ง เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องอันดีงามเกี่ยวกับประเทศไทยโดยไม่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยตลอดจนความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศทั้งในปัจจุบันและอนาคต

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชลมารค อาจารย์ที่ปรึกษาคุณุณีนิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรคุณุณีบัณฑิต วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่ช่วยให้คำปรึกษาและคำแนะนำเป็นอย่างดีในการเขียนบทความวิจัยในครั้งนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ. (2560). *พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551*. เข้าถึงจาก www.tourism.go.th.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2557). *ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรายุทธิ์ สندا. (2557). *ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดจันทบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ. (2555). *โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. รายงานผลการวิจัย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชลมารค. (2558). *สัมพันธ์ระหว่างภาพยนตร์กับจิตรกรรม: เปรียบเทียบภาพยนตร์ตะวันตกกับภาพยนตร์ไทย*. นิเทศศาสตรปริทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรณ. (2556). *การสร้างความหมายทางสังคมผ่านรายงานข่าวอุทกภัย พ.ศ. 2544*. ใน *หนังสือพิมพ์ไทย*. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุวิมล วงศ์รัก. (2547). *อัตลักษณ์และการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- อารยา วรรณประเสริฐ. (2542). *ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- เอกสิทธิ์ พันธุ์พล. (2554). *อัตลักษณ์ไทยในภาพยนตร์ของ เชิด ทรงศรี*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).