

สุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ เรื่อง “บุพเพสันนิวาส”

สรรัตน์ จีรบรรณวิสุทธิ¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง สุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง “บุพเพสันนิวาส” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่ต้องการศึกษาสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส และอธิบายอิทธิพลของสุนทรียทัศน์จากละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส ที่มีต่อผู้ชมชาวจีน เกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงสุนทรียะหรือความงามในละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าว ภายใต้แนวคิดสุนทรียภาพกับการสื่อสาร (aesthetics and communication) โดยใช้การวิจัยจากข้อมูลเอกสาร (documentary research) ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กลุ่มตัวอย่างเป็นชาวจีนในประเทศไทยที่รับชมละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส จำนวน 10 คน

จากการศึกษาพบว่า สุนทรียทัศน์หรือความเห็นเกี่ยวกับ “งาม” ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยเรื่องดังกล่าว สามารถสรุปได้ 3 ประการ ได้แก่ งามเพราะภาพอดีตที่แปลกตา เนื่องจากเป้าหมายของศิลปะคือ การเผยแพร่ศิลปะของสรรพสิ่งดังที่เราได้สัมผัสซึ่งผู้ชมไม่เคยมองเห็นมาก่อน งามเพราะการแสดงตรงจริงใจ เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญที่จะก่อให้เกิดสุนทรียะ หรือก่อให้เกิดความรู้สึกว่า งามได้นั้นก็คือการสร้างอารมณ์ร่วม และ งามเพราะได้สะท้อนตัวตนของผู้ชมละคร ทำให้ผู้ชมได้ย้อนมองตัวเองผ่านความคิดพินิจพิจารณาจิตใจ และมองเห็นความเป็นตัวตนของผู้ชมละครโทรทัศน์ในที่สุด

อิทธิพลของสุนทรียทัศน์จากละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส ที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมชาวจีนในเชิงบวก โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง

^{*} วันที่รับบทความ 10 มิถุนายน 2562; วันที่แก้ไขบทความ 8 กรกฎาคม 2562; วันที่ตอบรับบทความ 9 กรกฎาคม 2562.

¹ นิสิตปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และนักเขียนบทละครโทรทัศน์.

จะมีทัศนคติไปในทางขึ้นชอบวัฒนธรรมไทย มีความสนใจอยากเรียนภาษาไทยมากขึ้น มีการเปรียบเทียบวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมจีน และเกิดความรู้สึกอยากสัมผัสกับวัฒนธรรมไทยมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า หลังจากรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส แล้ว กลุ่มตัวอย่างชาวจีนมีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมไทย อีกทั้งยังมีพฤติกรรมเลียนแบบและตามรอยละครอีกด้วย

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การที่กลุ่มตัวอย่างผู้ชมชาวจีนมีสุนทรียทัศนคติเชิงบวก และสามารถเข้าถึงละครเรื่อง บุพเพสันนิวาส จนได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางนั้น เป็นเพราะสื่อจินตคติของโลกตะวันออกมีลักษณะร่วมกันคือ เน้นความจริงทางความรู้สึก ความงามของจินตคติโลกตะวันออกจึงเป็นสิ่งที่ผ่านการตีความของจิตใจ เพื่อให้เห็นภาพแสดงของความจริงแท้ได้อย่างลุ่มลึกและเหนือกว่าเหตุผลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: สื่อจินตคติของไทย ละครโทรทัศน์ สุนทรียทัศนคติ ผู้ชมชาวจีน
สุนทรียภาพกับการสื่อสาร

The Chinese Audience's Aesthetic Concept about the TV Drama “Bupphesannivas”

Sorarat Jirabovornwisut

Abstract

This qualitative research on the Chinese audience's aesthetic concept about the TV drama *Bupphesannivas* aims to study the Chinese audience's aesthetic views or the concept of “beauty” about this TV drama, and to explain the influence of aesthetic concept on the Chinese audience's attitude and behaviour under the concept of aesthetics and communication. The research is based on the in-depth interviews of a focus group of ten Chinese living in Thailand who have watched the TV drama *Bupphesannivas*.

The Chinese audience's aesthetic concept about this TV drama can be concluded in three aspects: the beauty of the exotic past, the beauty of memorable acting, and the beauty of self-reflection. The Chinese audience's attitude and behaviour are mostly positively affected by the aesthetic concept. The focus group have positive views towards Thai culture, with the desire to learn more about the Thai language. They also compare Thai culture with Chinese one and are eager to learn about other aspects of Thai culture. Besides, they copy the characters' behaviour and take trips to various locations of the drama.

It can be seen that the Chinese audience has positive aesthetic concept about and is widely influenced by this TV drama because it brings about the sense of beauty, which is the common feature of fictional media in the East. That is the emphasis on reaching the truth through the interpretation of mind linked to a variety of experiences, in order to gain insights into the beauty of the truth, rather than just empirical fact.

Keywords: Thai fictional media, TV drama, aesthetic concept, Chinese audience, aesthetics and communication

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้รับความนิยมทั้งจากผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างกว้างขวาง และถูกนำไปแปลเป็นคำบรรยายภาษาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเกาหลี จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย รวมถึงรัสเซียด้วย โดยในสัปดาห์แรกที่ออกอากาศ มีจำนวนทวิตเตอร์คำค้นว่า “บุพเพสันนิวาส” ในสังคมออนไลน์มากกว่า 1 ล้านทวีต ชื่อละครติดรายการ 10 สุดยอดอันดับของทวิตเตอร์โลก ขณะที่คลิปละคร มีคนชมไปกว่า 39 ล้านวิว ถึงแม้ว่าจะเป็นกระแสในโซเชียลอย่างไม่น่าเชื่อ แต่ก็มีข้อกังขาที่สะท้อนได้ว่า ละครเรื่องนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสความนิยมจากผู้ชมชาวจีน ดังจะเห็นได้จากเพจ “อ้ายจง” เพจยอดนิยมที่รวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศจีน ได้เผยให้เห็นถึงข้อมูลความนิยมในละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* หรือที่ชาวจีนรู้จักว่า *เทียนเซิงอู่* ว่ายว่า เป็นละครที่ติดแฮชแท็กละครอันดับที่ 14 ในเว็บไซต์ “เวย์ป้อ” สังคมออนไลน์ของจีน โดยมีผู้ชมชาวจีนรับชมสดผ่านทางไลฟ์กว่า 100,000 คน ยอดรับชมรวมกว่า 120 ล้านครั้ง และยังคงกลายเป็นคำค้นหาอันดับที่ 17 คำค้นหายอดนิยมในเว็บไซต์ดังกล่าวอีกด้วย (อ้ายจง, 25 มีนาคม 2561)

ภาพที่ 1 ภาพปกละครโทรทัศน์ *บุพเพสันนิวาส*



ที่มา: แอปพลิเคชัน Mello ของทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ออกอากาศตอนแรกเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 สร้างขึ้นจากเค้าโครงจากบทประพันธ์ *บุพเพสันนิวาส* ของ รอมแพง เป็นละครแนวรักข้ามภพข้ามชาติ (time travel romance) นำแสดง โดย ธนวรรณ์ วรรณะภุติ และราณี แคมเปน เป็นเรื่องราวของเกศสุรางค์ นักโบราณคดีสาวร่างอ้วนแต่มีจิตใจดี ได้ประสบอุบัติเหตุรถยนต์พลิกคว่ำจนเสียชีวิต ขณะเดินทางกลับจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่เกิดปาฏิหาริย์ทำให้ดวงวิญญาณย้อนกลับไปในปี พ.ศ. 2225 อันเป็นรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เมื่อเกศสุรางค์ฟื้นขึ้นมา ก็พบว่า ตนเองอยู่ในร่างของแม่หญิงการะเกด หญิงสาวงดงามแต่มีจิตใจชั่วร้าย คู่หมั้นของหมื่นสุนทรเทวา เกศสุรางค์ต้องเรียนรู้การใช้ชีวิตที่แตกต่างจากปัจจุบันและได้พบกับบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ประเทศไทย อาทิ คอนสแตนติน ฟอลคอน มาริ เดอ กีมาร์ ออกญาโกษาธิบดี (ปาน) ออกญาโกษาธิบดี (เหล็ก) พระเพทราชา ออกญาโหราธิบดี และศรีปราชญ์ เป็นต้น ระหว่างนั้นความรักระหว่างเกศสุรางค์ในร่างของแม่หญิงการะเกดกับหมื่นสุนทรเทวาได้ก่อตัวขึ้นอย่างช้าๆ แต่ทั้งคู่ก็ยังปากแข็งไม่ยอมรัก จนกระทั่งวันหนึ่งวิญญาณของเกศสุรางค์มีเหตุต้องหลุดออกจากร่างของการะเกด หมื่นสุนทรเทवासวดมนต์กฤษณะกาลิ เพื่อเรียกวิญญาณเธอให้กลับเข้าร่างอีกครั้ง ทำให้ทั้งสองได้กลับมาครองรักกันด้วยอำนาจแห่งบุพเพสันนิวาส

อรุโณชา ภาณุพันธุ์ (2561) กรรมการผู้จัดการบริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ผู้ผลิตละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* กล่าวว่า ประเทศจีนได้ซื้อลิขสิทธิ์ละครเพื่อนำไปผลิตใหม่เป็นละครโทรทัศน์ในประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีอีก 4 ประเทศที่ให้ความสนใจ ได้แก่ เวียดนาม ฮองกง รัสเซีย และเกาหลีใต้ ละครเรื่องนี้ได้ถ่ายทอดเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทย ประวัติศาสตร์ อาหารไทย และผ้าไหมไทย ที่งดงามให้ชาวโลกได้เห็นผ่านตัวละครได้อย่างเป็นที่น่าสนใจ สอดคล้องกับสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น ที่ต้องการเห็นผู้ผลิตละครไทยนำวัฒนธรรมมาผสมผสานในเนื้อหาละคร เพื่อให้เกิดการต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเกิดกระแส “ตามรอยละคร” หรือการเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่อยู่ในฉากละครโทรทัศน์ หรือสถานที่ที่ใช้สำหรับถ่ายทำละครที่ตนเองสนใจเหมือนกับละครของเกาหลีใต้เรื่อง *แดจังกึม*

จุดเริ่มต้นกระแสความนิยมละครโทรทัศน์ไทยนั้น มีที่มาจากการที่ผู้ชมชาวจีนสนใจติดตามชมละครไทยผ่านช่องโทรทัศน์จีนหรืออินเทอร์เน็ต กระแสความนิยมเริ่มทวีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นหลังจากการที่ไทยเข้าร่วมงานเทศกาลโทรทัศน์และภาพยนตร์นานาชาติของเซี่ยงไฮ้ เมื่อปี พ.ศ. 2548 จากกระแสความนิยมละครไทยดังกล่าวก้าวข้ามต้นไม่ว่าจะเป็นการคลังไค้ดาราไทย หรือสนใจชื่นชอบเนื้อหาแปลกใหม่ของบทละครโทรทัศน์ไทยที่แตกต่างจากจีน สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของธุรกิจบันเทิงของไทยที่น่าจะสามารถเติบโตในอุตสาหกรรมความบันเทิงของจีนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ชมชาวจีนในปัจจุบันนิยมชมละครโทรทัศน์ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก โดยปกติแล้ว ประเทศจีนมักซื้อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ของไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศ 3 อันดับแรกของปีจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ของไทย ส่วนใหญ่มักเป็นละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักและครอบครัว ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวจีนเป็นอย่างมาก (ประภาภรณ์ รัตโน และหยกขาว สมหวัง, 2560)

ละครโทรทัศน์ไทยแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ของจีนในหลายสถานี เช่น สถานี CCTV 8 สถานีก๊วยโจว สถานีฮานฮุย และสถานีหูหนาน ละครไทยที่ได้รับความนิยมในจีนหลายเรื่อง ได้แก่ *สงครามนางฟ้า* และ *Full House* ภาคภาษาไทย ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมไทยในจีนผ่านสื่อบันเทิงมีหลายประการ เช่น ความใกล้ชิดบริบทด้านสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ผู้ชมชาวจีนเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์และละครของไทย ความใกล้ชิดจากประสบการณ์ของผู้รับสารกับการส่งผ่านวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อบันเทิงไทย จึงไม่ใช่เรื่องยากที่ต้องปรับทัศนคติหรือปูพื้นฐานการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen Fen (2011) ที่ศึกษาการแพร่กระจายละครไทยในจีน พบว่า ความใกล้ชิดทางด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลต่อความนิยมของละครไทยในจีนในแง่ของความเข้าใจอารมณ์ ความรู้สึกร่วมกัน ความโดดเด่นของเนื้อหา เนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ ละครไทยเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตครอบครัว การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร ความรัก อารมณ์และความขัดแย้ง คนไทยให้คำนิยามละครประเภทนี้ว่า “ละครน้ำเน่า” ซึ่งผู้ชมชาวจีนจะมีวัตถุประสงค์ในการรับชมเพื่อความผ่อนคลายจากชีวิตประจำวัน (ศูนย์วิจัยยุทธศาสตร์ไทย-จีน, 2555)

ละครโทรทัศน์ซึ่งสามารถเข้าถึงและสร้างความบันเทิงเร้าอารมณ์ให้แก่
มวลชนโดยรวมได้ จึงนับว่าเป็นงานศิลปะแขนงหนึ่ง เนื่องจากการสื่อสาร
อารมณ์ความรู้สึกจากศิลปินผู้ส่งสารไปยังผู้ชมที่เป็นผู้รับสารได้ อารมณ์ความรู้สึก
ดังกล่าวที่ถูกกระตุ้นหรือทำให้เกิดขึ้นโดยงานศิลปะ เรียกว่าอารมณ์ “สุนทรีย์”
(Bell อ้างถึงใน ลักษณะวัต ปาละรัตน์, 2551: 128) อารมณ์สุนทรีย์นี้หมายถึง
ความซาบซึ้งในคุณค่าของสิ่งทั้งดงาม ไพเราะหรือรื่นรมย์ ความรู้สึกนี้เจริญขึ้น
ได้ด้วยประสบการณ์หรือการศึกษาอบรมฝึกฝนจนเป็นอุปนิสัย เกิดเป็นรสนิยม
(taste) ซึ่งย่อมจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ อังกฤษ-
ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2530: 6) ดังนั้น “สุนทรียทัศน์” หรือความ
คิดเห็นที่มีต่ออารมณ์สุนทรีย์ของงานศิลปะใดๆ จึงแตกต่างกันออกไปตามภูมิหลัง
ของแต่ละบุคคลด้วย

สุนทรีย์หรือ “แง่งาม” ของสื่อละครโทรทัศน์นั้น นันททอง ทองใบ (2553:
88) ได้สรุปไว้ 2 ประการ ได้แก่ งามเพราะสร้างอารมณ์ร่วม เนื่องจาก
องค์ประกอบสำคัญที่จะก่อให้เกิดสุนทรีย์หรือก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมได้นั้น ก็คือ
“อารมณ์ร่วม” (empathy) หรือความเคลิบเคลิ้ม (in feeling) การสร้างอารมณ์ร่วม
จะทำให้ผู้ชมติดตามรับชมละครโทรทัศน์ และงามเพราะแปลกใหม่ เนื่องจาก
เป้าหมายของศิลปะคือ การเผยแพร่ศิลปะของสรรพสิ่งดังที่เราได้สัมผัส มิใช่ดังที่เราได้
เรียนรู้ พันธกิจของนักสร้างสรรค์จึงเป็นการทำให้เกิดแสงสว่างในศิลปะ ซึ่งผู้ชม
ไม่เคยมองเห็นมาก่อน

นอกจากนี้ ละครโทรทัศน์ไทยหลายเรื่องยังได้รับการแปลเป็นภาษาจีน
และอัปโหลดให้ชมทางเว็บไซต์ในทันทีหลังจากฉายที่ประเทศไทยจบ การพูดคุย
แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางอินเทอร์เน็ตอย่างหลากหลาย รวมถึงการเดินทาง
ไปไต้หวัน พบปะแฟนคลับ และแสดงคอนเสิร์ตของนักแสดงไทยที่ประเทศจีน
ได้สะท้อนให้เห็นถึงกระแสนิยมของชาวจีนในการรับชมความบันเทิงจาก
ประเทศไทย หรือ T-Pop (Thai pop culture) โดยผู้ชมชาวจีนส่วนใหญ่นิยมรับ
ชมละครไทยผ่านช่องทางทั้งสถานีโทรทัศน์และเว็บไซต์

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมชาวจีนนิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยคือ เนื้อหา
ละครที่เข้าใจง่ายบทละครที่สร้างสรรค์มีเอกลักษณ์ การดำเนินเรื่องที่ตื่นเต้นเร้าใจ
น่าดึงดูด การแสดงความรักทั้งดงาม รวมถึงการถ่ายทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

คนไทยที่แท้จริง เป็นสาเหตุหลักที่ผู้ชมชาวจีนชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทย (Deng, 2013) ขณะเดียวกัน ความงดงามของฉากในละครและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของไทย ได้กลายเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ชมชาวจีนจำนวนไม่น้อยเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยอีกด้วย (Chen, 2011)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวจีนนิยมชมชอบละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งประกอบไปด้วยรูปลักษณะหน้าตาที่ดึงดูด และความสามารถของนักแสดง ความพิถีพิถันทั้งในขั้นตอนการผลิตและหลังการผลิต เช่น การคัดเลือกนักแสดง เสื้อผ้า ฉาก สถานที่ เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ ดนตรีประกอบ รวมทั้งความคล้อยคลึงทางด้านวัฒนธรรมระหว่างประเทศจีนและไทย ที่ชื่นชอบละครที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย มีเนื้อเรื่องที่คาดเดาว่าจะจบอย่างมีความสุข ส่งผลให้ชาวจีนมีความรู้สึกร่วมไปกับละครไทยได้เป็นอย่างดี เหตุผลดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการศึกษาสุนทรียทัศน์หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับ “แง่งาม” ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยม โดยเลือกศึกษากรณีละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส*

ปัญหาคำถามวิจัย

1. สุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* เป็นอย่างไร
2. สุนทรียทัศน์ต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ดังกล่าวส่งอิทธิพลอย่างไรต่อผู้ชมชาวจีน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส*
2. เพื่ออธิบายอิทธิพลของสุนทรียทัศน์จากละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ที่มีต่อผู้ชมชาวจีน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนในฐานะผู้รับสารจากการชมละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* เท่านั้น โดยอาศัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) นักศึกษาชาวจีนและผู้ชมชาวจีนที่ติดตามชมละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มออกอากาศจนกระทั่งถึงวันที่ 25 พฤษภาคม 2561

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

สุนทรียทัศน์ หมายถึง ความคิดเห็นหรือมุมมองเกี่ยวกับความงามในที่นี้หมายถึงความคิดเห็นหรือมุมมองเกี่ยวกับความงามทางศิลปะของนักเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มีต่อการสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีมิติที่ใช่วัด 3 ประการ ได้แก่ ความงาม ความแปลกหูแปลกตา และความน่าทึ่ง

ผู้ชมชาวจีน หมายถึง กลุ่มตัวอย่างประชากรชาวจีนที่รับชมละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ซึ่งกำลังอาศัยอยู่ในประเทศไทยในขณะที่ละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* กำลังออกอากาศเท่านั้น มิได้หมายรวมถึงประชากรชาวจีนที่รับชมละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าวซึ่งกำลังอาศัยอยู่ในประเทศจีน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจและสามารถอธิบายสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ตลอดจนอธิบายอิทธิพลที่เกิดจากสุนทรียทัศน์ดังกล่าว
2. ขยายฐานความรู้ทางนิเทศศาสตร์ และเป็นการสะสมต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการเล่าเรื่องสื่อจีนคดีอิงประวัติศาสตร์
3. ประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการประกอบวิชาชีพด้านการเขียนบทละครโทรทัศน์ ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพละครโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นไปในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องสุนทรียภาพกับการสื่อสาร

สุนทรียภาพ (aesthetics) หมายถึง ความงามในธรรมชาติหรืองานศิลปะที่แต่ละบุคคลสามารถเข้าใจและรู้สึกได้ ความเข้าใจและรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อความงามในธรรมชาติหรืองานศิลปะ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 845) โดยสัมผัสผ่านสุนทรียธาตุ (aesthetics elements) หรือองค์ประกอบหลักของศิลปะแต่ละแขนง 3 ประการ ได้แก่ ความงาม (beauty) ความแปลกหูแปลกตา (picturesqueness) และความน่าทึ่ง (sublimity) ด้วยเหตุนี้ ความเข้าใจและรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อความงามจึงเป็นเรื่องอัตวิสัย (subjective) ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมที่หล่อหลอมบุคคลนั้นไว้ จริตส่วนบุคคล อันได้แก่ ความชื่นชอบหรือรสนิยมส่วนตัว และกาลเวลา ตัวแปรทั้งสามทำปฏิกิริยาต่อกันตลอดเวลาและก่อให้เกิดการมองเห็นความงามที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล หรือแม้แต่คนๆ เดียวกันเมื่อกาลเวลาเปลี่ยน การมองเห็นความงามก็สามารถเปลี่ยนได้เสมอเช่นเดียวกัน (ชาตรี ประทีปนทการ, 2551: 185) ดังนั้น คำนิยามความงามของแต่ละคน แต่ละยุคสมัย ย่อมแตกต่างกันไปตั้งแต่เล็กน้อยไปจนถึงแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

ความคิดเห็นหรือมุมมองเกี่ยวกับความงามนั้นเรียกว่า “สุนทรียทัศน์” ซึ่ง เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า คือการรู้จักความงามของทั้งโลกและชีวิตผู้ที่เข้าใจศิลปะแท้จริงนั้น นอกจากเห็น “งาม” ในสรรพสิ่งแล้วยังอาจนรมิตความงามให้สัมผัสได้อีกด้วย ศิลปะนั้นเป็นองค์รวมของภูมิปัญญาโดยแท้ (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2548 อ้างถึงใน naigod, 15 ธันวาคม 2553)

สุนทรียภาพหรือความงามในงานศิลปะนั้น ลิโอ ดอลสตอย (2551: 89-92) ได้กล่าวถึงลักษณะอันเป็นพื้นฐานสำคัญ 3 ประการที่ประกอบกันก่อให้เกิดความงามของงานศิลปะขึ้น ดังนี้

1. ลักษณะเด่นด้วยความสำคัญของตัวเนื้อหาที่จำเป็นเสมอต่อมนุษย์ทั้งมวล
2. ลักษณะเด่นด้วยความงามของรูปแบบที่แจ่มชัด เป็นที่รู้เข้าใจได้ต่อคนทั้งปวง
3. ลักษณะเด่นด้วยความซื่อสัตย์จริงใจ และเป็นตัวของตัวเอง

การสร้างสรรคงานศิลปะซึ่งเป็นการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก หรือความคิดของผู้ส่งสารคือศิลปิน ไปยังผู้รับสารคนอื่นๆ โดยมุ่งให้ผลในด้านอารมณ์ความรู้สึกเป็นสำคัญ จึงถือเป็นการสื่อสารเชิงสุนทรีย์ (aesthetic communication) ในระดับพื้นฐานที่สุดของงานประเภทนี้คือ ให้ความบันเทิง (entertain) อันได้แก่ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ในระดับที่สูงขึ้นไปคือ ให้สติปัญญา (intellectual) อันได้แก่ ความคิดความเข้าใจที่มีคุณค่า และในระดับที่สูงที่สุดคือ การหล่อเลี้ยงจิตวิญญาณของมนุษย์ทำให้เกิดความประจักษ์แจ้งในตน ในโลกและชีวิต (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2547: 5-6)

แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีน

อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ กระตุ้นให้เกิดรายได้กับประเทศทั้งด้านขายสินค้าผ่านสื่อบันเทิง และรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวจีนยังเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากที่สุด 33% ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีน 7.8 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 338,000 ล้านบาท ปี 2559 จำนวนนักท่องเที่ยวจีน 8.7 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 445,000 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2560 นักท่องเที่ยวจีนจะเพิ่มขึ้นประมาณ 9 ล้านคน รายได้เพิ่มขึ้นเป็น 500,000 ล้านบาท หรือเติบโตประมาณ 9.1% (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2560)

ทั้งนี้ จากการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีน ซึ่งมีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรมดังกล่าว ยังพบข้อสังเกตหลายประการที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเทศไทยควรสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาการสร้างอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีนให้เกิดประสิทธิภาพในอนาคต ทั้งการวิจัยด้านปริมาณและคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ผู้รับสาร จากที่เปิดรับสื่อบันเทิงไทย เช่น ละคร เพลง ภาพยนตร์ ตลอดจนการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนจากผลการศึกษาเรื่อง “การตลาดของละครไทยในจีน” (Suwannamat Nun, 2013) พบว่า ละครไทยมีอำนาจต่อผู้ชมชาวจีนเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเพิ่มคุณภาพการผลิต รวมถึงรัฐบาลไทย

ต้องส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงเนื่องจากละครไทยมีโอกาสดิบโตในตลาดจีน ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า แม้รัฐบาลจะมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งครอบคลุมอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิง อย่างไรก็ตาม นโยบายดังกล่าวยังไม่สามารถแสดงให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมในสายตาของชาวต่างชาติได้

ถึงแม้ว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของไทยและจีนจะมีความใกล้เคียงกัน และส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกร่วมของตัวละคร แต่ด้วยเหตุผลด้านการเมืองการปกครองที่สั่งสมอย่างต่อเนื่องและยาวนานของประเทศจีน อันส่งผลต่อความคิด ความเชื่อ ทศนคติของผู้ชมชาวจีน และนโยบายการตรวจสอบเนื้อหา ทำให้เนื้อหาที่น่าเสนอในภาพยนตร์หรือละครของไทยบางประเภท เช่น ฉากรักร่วมเพศ พฤติกรรมรุนแรงระหว่างชายหญิง ฉากตบจูบในละครน้ำเน่าที่คนไทยคุ้นชินนั้น มักจะถูกตัดออกเพื่อให้สอดคล้องต่อศีลธรรมอันดีตามนโยบายของประเทศจีน ในขณะที่ช่องทางออนไลน์เปิดกว้างในการเข้าถึงเนื้อหาฉบับเต็ม อาจก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้ชมชาวจีนไม่เข้าใจต่อเนื้อหาดังกล่าว และเกิดภาพลักษณ์ในทางลบต่อประเทศไทยได้

อย่างไรก็ตาม หากละครโทรทัศน์ไทยต้องการส่วนแบ่งการตลาดในจีน การปรับให้เข้ากับท้องถิ่น (localization) ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะตลาดจีนแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละภูมิภาคและหัวเมืองสำคัญ เมืองใหญ่ในประเทศจีนเป็นตลาดขนาดยักษ์ GDP ของเมือง Shanghai เทียบมูลค่าได้กับประเทศไทยทั้งประเทศ การผลิตละครเพื่อออกอากาศในจีนจึงจำเป็นต้องปรับให้เข้ากับท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นเฉพาะตลาดของแต่ละเมือง เพราะเมืองใหญ่ในจีนนั้นมีถึง 112 เมือง กระบวนการคิดและความพึงพอใจของคนมักจะเปลี่ยนไปในแต่ละหัวเมืองใหญ่นั้น ผู้ผลิตละครจึงไม่สามารถมองภาพผู้ชมละครจีนแบบเหมารวมทั้งประเทศได้ แต่ต้องพยายามบิดปรับบทละครโทรทัศน์ และเป้าหมายทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับเมือง ภูมิภาค หรือกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายเป็นเป้าหมายหลักก็จะสามารถทำให้ละครโทรทัศน์ไทยสามารถอยู่รอดได้ในอนาคต

แนวคิดว่าการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Communication)

แนวคิดว่าการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural communication) เป็นแนวคิดที่พยายามนำพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาเชื่อมถึงกัน โดยอาศัยการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวผสาน แก่นหลักของแนวคิดนี้ก็คือ เพื่อสร้างและทำความเข้าใจว่า คนที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหลายๆ พื้นที่ สามารถสื่อสารแล้วเกิดความเข้าใจกันได้อย่างไร รวมไปถึงจนถึงการสร้างคำแนะนำให้กับผู้คนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ให้สามารถสื่อสารถึงกันได้ดียิ่งขึ้นอย่างไร ตัวอย่าง เช่น คนจีนสามารถสื่อสารกับคนอเมริกันได้อย่างไร รวมไปถึงสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจระหว่างการสื่อสารได้เริ่มต้นขึ้น

การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม การสื่อสารและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกัน วัฒนธรรมกลายเป็นรหัสที่มนุษย์ได้เรียนรู้และถ่ายทอดแบ่งปันกันและกัน โดยอาศัยการสื่อสารทุกๆ แบบแผนทางวัฒนธรรม และพฤติกรรมของผู้คนในสังคมก็ถูกเชื่อมโยงด้วยการสื่อสาร เมื่อผู้คนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้เดินทางมาสื่อสารกัน

การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม สามารถทำให้เราเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างและป้องกันการสื่อสารที่ผิดพลาด และข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นจากการแปลความที่แตกต่างกันได้ การสื่อสารระหว่างผู้คนจากภูมิภาคเอเชียกับผู้คนจากชาติตะวันตกมักมีโอกาสมากที่จะเกิดความผิดพลาดจากการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน การสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างวัฒนธรรมและผลของความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นมีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะเดียวกัน การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมระหว่างผู้คนภายในภูมิภาคเอเชียด้วยกันเอง ก็มีความเหลื่อมล้ำทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแต่ละประเทศ ต่างก็มีความแตกต่างกันไปในรายละเอียดตามแต่ละวัฒนธรรมของตน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวจีน พบว่า มีผลงานที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและวิจัยสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง

บุพเพสันนิวาส อาทิเช่น การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมชาวจีนด้วยจากการศึกษาเรื่อง การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านละครโทรทัศน์ไทยของนักศึกษาจีน: กรณีศึกษานักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (Jinghong, 2015) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยจากละครโทรทัศน์ไทย และการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยผ่านละครโทรทัศน์ไทยของนักศึกษาจีน โดยการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยจากละครโทรทัศน์ชุด สุภาพบุรุษจุฑาเทพ พบว่า ละครโทรทัศน์ชุดดังกล่าวมีเนื้อหาที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยใน 7 ด้าน ได้แก่ สถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร ค่านิยม ดนตรี ภาษา และอุปนิสัยตัวละคร

งานวิจัยที่เกี่ยวกับความนิยมของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ มักศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชมชาวจีนเกิดความรู้สึกสนใจสินค้าไทยและการท่องเที่ยวประเทศไทย เช่น งานวิจัยของวันวิสา สันทวิจิตรกุล และณฤมิตร สอดศุข (2557) Chen (2011) Deng (2013) Jinghong และพรทิพย์ เย็นจะบก (2015) ซึ่งสรุปผลการวิจัยไว้เป็นแนวทางเดียวกันคือ ละครโทรทัศน์ไทยก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้ชมชาวจีนในระดับที่แตกต่างกันไป เช่น มีความเข้าใจและชื่นชอบวัฒนธรรมไทยเพิ่มขึ้น มีความสนใจเรียนภาษาไทยมากขึ้น เกิดการเปรียบเทียบวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมจีน และเกิดความรู้สึกอยากไปสัมผัสวัฒนธรรมไทยด้วยตนเอง ตลอดจนทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวกนี้ ได้นำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องในรูปแบบที่แตกต่างกันตามมา เช่น มีการค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม มีการวิพากษ์วิจารณ์ละครโทรทัศน์และการเลียนแบบการกระทำตามตัวละคร เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ยังไม่เคยมีงานวิจัยที่ศึกษาละครโทรทัศน์ไทยในเชิงสุนทรียะของผู้รับสารชาวจีนมาก่อน งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการศึกษาสุนทรียทัศน์หรือทัศนะเรื่องความงามของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส เพื่อช่วยให้เข้าใจแนวคิดและมุมมองของชาวจีนที่มีต่อสื่อจีนคดีไทยมากยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่สนใจข้อมูล

เกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงสุนทรีย์หรือความงามในละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าว ภายใต้แนวคิดสุนทรีย์ภาพกับการสื่อสาร (aesthetics and communication) โดยใช้การวิจัยจากข้อมูลเอกสาร (documentary research) ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อศึกษาสุนทรีย์ทัศน์ (aesthetic concept) ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* โดยใช้โครงคำถาม 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับสุนทรีย์ทัศน์ที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส*

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับอิทธิพลของสุนทรีย์ทัศน์จากละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ที่มีต่อผู้ชมชาวจีน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการพัฒนาละครโทรทัศน์และสื่อจินตคดีอื่นๆ ของไทย

กลุ่มตัวอย่างเป็นชาวจีนในประเทศไทยที่รับชมละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* อย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มเก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 2-25 พฤษภาคม 2561 จำนวน 10 คน เป็นเพศหญิง 7 คน เพศชาย 3 คน อายุตั้งแต่ 19-29 ปี โดยนายธีรธร โต๊ะตระกูล นิสิตคณะอักษรศาสตร์ สาขาภาษาจีน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 4 เป็นล่ามแปลภาษา กลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดข้อมูลดังต่อไปนี้

- หวางอ้ายหลิน เพศหญิง อายุ 27 ปี อาชีพงานด้านบริหาร
- ไช้เหม่ยหลิง เพศหญิง อายุ 29 ปี อาชีพงานด้านประกันภัย
- ยวี่เจิน เพศชาย อายุ 19 ปี นักศึกษาปริญญาตรี
- หวูเจี๋ยว เพศหญิง อายุ 20 ปี ว่างงาน
- ชงซุเซิน เพศหญิง อายุ 21 ปี นักศึกษาปริญญาตรี
- ซ้ายเอน เพศหญิง อายุ 24 ปี นักศึกษาปริญญาตรี
- ชิวกวันหลิน เพศชาย อายุ 28 ปี อาชีพวิศวกร
- หลี่เจียนเต๋อ เพศชาย อายุ 27 ปี นักศึกษาปริญญาโท
- เสี่ยวหวาง เพศหญิง อายุ 24 ปี อาชีพครูสอนภาษาจีน
- เสี่ยวสวง เพศหญิง อายุ 24 ปี อาชีพครูสอนภาษาจีน

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ พบว่า สภาพการณ์ในสังคมทำให้ละครโทรทัศน์กลายเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ประชาชน หรือเป็นสารที่สนทนากับมวลชนเป็นจำนวนมาก ในทุกยุคสมัยได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และเกี่ยวพันแนบเนื่องอยู่กับกระแสทุนนิยมและบริโภคนิยม ทำให้กลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) ซึ่งมีนัยว่า มีคุณค่าและคุณลักษณะที่ดีกว่าวัฒนธรรมของชนชั้นนำหรือชนชั้นสูง (elite culture / high culture) ที่มีคุณค่าแบบคลาสสิก เข้าใจยาก แต่บันเทิงคดีที่สื่อมวลชนผลิตคือ การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า หรือคือการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodity) ที่เป็นสูตรสำเร็จ เข้าใจง่าย ให้ความพึงพอใจในทันที หันเหความสนใจจากภาวะคร่ำครึเรียดในชีวิตประจำวัน โดยการผลิตนั้นอยู่ภายใต้ระบบสื่อมวลชนสมัยใหม่และระบบตลาด ละครโทรทัศน์จึงถูกตีตราจากสังคมเช่นเดียวกับสื่อจินตคติสมัยใหม่ ซึ่งครอบคลุมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ว่า “ไม่ทรงคุณค่า” (non-classical) แบบศิลปะชั้นสูง (เถรington อนุวัตรวิวงศ์ และคณะ, 2547: 4-5)

อย่างไรก็ดี ตามทัศนะของลีโอ ตอลสตอย เชื่อว่า ศิลปะจะต้องเป็นสิ่งที่สามารถสื่อสารความรู้สึกของศิลปินให้เกิดขึ้นในผู้ชมได้ ศิลปะที่ดี (good art) ต้องสามารถเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อคนส่วนใหญ่ โดยทำให้คนมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ ตามทัศนะนี้ ศิลปะใดที่ไม่สามารถเข้าถึงคนส่วนใหญ่ได้นั้นจะต้องถือว่าเป็นศิลปะที่ไม่ดี (bad art) หรือว่าสิ่งนั้นไม่ใช่ศิลปะ (ตอลสตอย, 2551: 256-258) ด้วยเหตุนี้ ละครโทรทัศน์ซึ่งสามารถเข้าถึงและสร้างความบันเทิงเรีงรมย์ให้แก่มวลชนโดยรวมได้ จึงนับว่าเป็นงานศิลปะ เนื่องจากการสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกจากศิลปินผู้ส่งสารไปยังผู้ชมที่เป็นผู้รับสารได้ อารมณ์ความรู้สึกดังกล่าวที่ถูกกระตุ้นหรือทำให้เกิดขึ้นโดยงานศิลปะ เรียกว่า อารมณ์ “สุนทรีย์” (Bell อ้างถึงใน ลักษณะวัต ปาละรัตน์, 2551: 128) อารมณ์สุนทรีย์นี้หมายถึงความซาบซึ้งในคุณค่าของสิ่งทั้งดงาม ไพเราะ หรือรื่นรมย์ ความรู้สึกนี้เจริญขึ้นได้ด้วยประสบการณ์จนหล่อหลอมเป็นรสนิยม (taste) ซึ่งย่อมจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ดังนั้น สุนทรียทัศน์หรือความคิดเห็นที่มีต่ออารมณ์สุนทรีย์หรือแง่งามของงานศิลปะใดๆ จึงแตกต่างกันออกไปตามชาติพันธุ์ด้วย

สุนทรียทัศน์หรือประสบการณ์ด้วยมุมมองทางศิลปะ จึงนับเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกับอารมณ์และความรู้สึกในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวจีนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงที่มีความเป็นวัฒนธรรมประชาานิยมอย่างละครโทรทัศน์

ผลวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวจีน โดยวัดความรู้สึกเกี่ยวกับองค์ประกอบทางศิลปะทั้ง 3 ด้าน สามารถอธิบายสุนทรียทัศน์ของผู้ชมชาวจีนภายหลังจากการรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. งามเพราะภาพอดีตที่แปลกตา

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างถึงสุนทรียทัศน์ที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* พบว่า มีความเห็นสอดคล้องกันคือ เป็นละครที่สนุกสนาน น่าติดตาม เนื่องจากสะท้อนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งงดงาม พิถีพิถัน และน่าดึงดูด แตกต่างจากละครโทรทัศน์เรื่องอื่นๆ นอกจากนี้ ยังทำให้เห็นภาพของความเจริญรุ่งเรืองในยุคสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน

ภาพที่ 2 ภาพจากละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* แสดงให้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ที่สงบสุขและเรียบง่ายของผู้คนกรุงศรีอยุธยาสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช



“บุพเพสันนิวาส เป็นละครที่มีความเป็นไทยสูง และมีความเป็นประวัติศาสตร์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวไทยสมัยอยุธยาให้เห็นได้อย่างชัดเจน ทั้งภาษาที่แตกต่างจากยุคปัจจุบัน และเครื่องแต่งกายที่งดงามและมีความพิถีพิถัน” (ชายเอน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

“พลัดเพลินกับละครเรื่องนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าตัวละครทั้งหลายในเรื่องน่าติดตาม และมีเนื้อเรื่องที่สนุก อีกอย่างหนึ่งคือ เป็นเรื่องที่สะท้อนประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมอย่างฉฉันทได้” (ชงชูเชิน, สัมภาษณ์ 9 พฤษภาคม 2561)

“บุพเพสันนิวาส เป็นละครที่น่าสนใจมาก ปกติแล้วจะชอบดูละครไทยสมัยใหม่ที่ไม่ค่อยมีสาระเสียเป็นส่วนใหญ่ แต่ละครเรื่องนี้เป็นละครที่คนปัจจุบันนั้นย้อนยุคกลับไปอดีต มีการเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังมีภาษาไทยโบราณ สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่ฉันไม่เคยรู้มาก่อน ดังนั้น จึงรู้สึกสนุกเป็นอย่างมาก” (หวางอ้ายหลิน, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2561)

“ละครเรื่องนี้ได้บรรยายถึงสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชอย่างลึกซึ้งและน่าสนใจ พอเห็นถึงความรุ่งโรจน์ในสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชก็รู้สึกประหลาดใจเหมือนได้พบเห็นสิ่งใหม่ วัฒนธรรมอันสวยงามและมีค่า การแพร่ขยายวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งกว้างขวาง” (ชิวกวานหลิน, สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2561)

ทัศนะของผู้ชมชาวจีนเกี่ยวกับความงามของละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ที่เป็นผลมาจากภาพอดีตอันงดงามของบ้านเมืองในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เป็นสิ่งที่ผู้ชมชาวจีนไม่เคยรู้เห็น ความแปลกตามีหน้าที่สำคัญในการกอบกู้สัมผัสแห่งชีวิตที่มนุษย์สูญเสียไป และเผยแผ่สละของสรรพสิ่งซึ่งไม่เคยมองเห็นหรือสัมผัสมาก่อน การทำให้แปลกไปจากความคุ้นเคยจึงทำให้ละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* กลายเป็นความโดดเด่น และเป็นการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะที่แตกต่างไปจากละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ที่เคยสร้างกันมา

2. งามเพราะการแสดงตราตรึงใจ

การแสดงในละครโทรทัศน์ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างชาวจีนเห็นสอดคล้องกันว่า ก่อให้เกิดความงามซึ่งสร้างความรู้สึกลึกซึ้งแก่ผู้ชม ไม่ว่าจะ

เป็นการเกิดความซาบซึ้ง ความขบขัน ความตื่นเต้น ความเกลียดชัง หรือความสงสารตัวละคร ล้วนแต่เป็นกลวิธีในการกระตุ้นและสร้างอารมณ์ร่วมที่ดึงดูดผู้ชมจำนวนมากให้ติดตามละครโทรทัศน์เรื่องนี้ให้เกิดความบันเทิง

“นางเอกโดนตี พระเอกเอายามาให้ดูแล้วต้องร้องให้ออกมาแม้จะไม่เข้าใจภาษาไทย นักแสดงเล่นได้ดีเยี่ยม เห็นแล้วรู้สึกสงสาร ชอบเวลาพระเอกนางเอกมองตากัน แสดงความรักต่อกัน” (ชีววันหลิน, สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2561)

“ชอบฉากพระเอกพานางเอกไปเดินตลาด ดูแล้วหวานมากๆ เลย พระเอกก็หล่อ นางเอกก็สวย เวลาสวมใส่ชุดไทยแล้วมีเสน่ห์มาก (ซ้ายเอน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

“ชอบนางเอกเล่นได้ทั้งต๋อยดี ตลก ซึ่ง องค์ประกอบโดยรวมถือว่าดีมาก ถ้าขาดตัวละครใดไปละครก็ไม่ออกมาดีขนาดนี้” (หลี่เจียนเต๋อ, สัมภาษณ์ 19 พฤษภาคม 2561)

“ชอบความน่ารักของนางเอก ชอบการเล่นบทรักของพระเอกและนางเอก โรแมนติกมากๆ ชอบตัวละครในเรื่องตรงที่ดีเลวแบ่งแยกอย่างชัดเจน เป็นเรื่องของธรรมะสู้กับธรรม ทำให้รู้ว่าจะต้องรักหรือจะต้องเกลียด” (เสี่ยวสง, สัมภาษณ์ 25 พฤษภาคม 2561)

“ไม่ชอบคนใช้บางคนเพราะขี้نینทา ชอบสอดรู้สอดเห็นเรื่องของเจ้านายระบบทาสของไทยในสมัยก่อนน่าสนใจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าเจ้านายจะประพฤติไม่ดีต่อคนใช้ยังไง พวกเขาก็ยังยอมรับใช้นายอย่างถวายชีวิต” (เสี่ยวหวาง, สัมภาษณ์ 23 พฤษภาคม 2561)

จากทัศนะดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นพลังอำนาจของการแสดงในการสร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดแก่ผู้ชม ยิ่งผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมมากเท่าใด ความรู้สึกดังกล่าวก็น่าจะประทับตราตรึงอยู่ในใจและกลายเป็นสิ่งที่จดจำ เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นงานศิลปะรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการสื่อสารแสดงออกของอารมณ์ ความรู้สึกให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมซึ่งเป็นอารมณ์สากลสามารถถ่ายทอดไปยังผู้รับสารได้ โดยไม่มีเชื้อชาติหรือภาษามาเป็นพรมแดนแบ่งแยก

3. งามเพราะสะท้อนตัวตนของผู้ชมละคร

อันหมายถึง ตัวตนของผู้ชมละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ละครแนวรักข้ามภพข้ามชาติ (time travel romance) โดยมีแกนเรื่องหลักเป็นเรื่องความรักของพระเอกนางเอก แต่ทะลุมิติข้ามเวลาไปเกิดสถานการณ์ต่างๆ ในอดีต แนวเรื่องประเภทข้ามเวลาค่อนข้างได้รับความนิยม ทั้งจากผู้ชมละครชาวไทยและชาวจีนด้วย ซึ่งจินตนาการเพื่อย้อนกลับไปในอดีตมีความสัมพันธ์หรือตอบสนองกับภาวะร่วมสมัยบางประการของผู้ชมละคร

“การข้ามภพข้ามชาติทำให้ฉันนึกถึงเรื่อง *บู๊บุ๊จิงซิน (ผ้ามืดลิขิตสวรรค์)* ที่เป็นการย้อนกลับสู่อดีต นางเอกเกิดอุบัติเหตุไฟฟ้าช็อต ทำให้หลงกลับไปสู่ช่วงเวลาในอดีตยุคปลายของฮ่องเต้คังซี ฟันขึ้นมาในร่างของเธอเองในอดีตชาติ แนวความคิดในเรื่องค่อนข้างมีจุดเด่นและน่าสนใจในการกลับไปกอบกู้บัลลังก์เหมือนในเรื่อง *บุพเพสันนิวาส*” (ชีววันหลิน, สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2561)

“ดูจากเครื่องแต่งกายแล้ว คนไทยส่วนใหญ่เป็นคนจีนที่อพยพมา ดังนั้นเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่จึงดูเหมือนกับเครื่องแต่งกายในสมัยราชวงศ์ชิง ที่เป็นยุคที่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสวยงามมาก มีผ้าคลุมไหล่เหมือนกัน และรับเอาวัฒนธรรมแบบเสื้อผ้าจากต่างชาติเข้ามาผสมผสานเข้าไว้ด้วยกัน” (ไฉ่เหมยหลิง, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

“ประวัติศาสตร์ไทยมีความซับซ้อนไม่แพ้จีน และมีหลายสิ่งที่แตกต่างจากปัจจุบัน มีความสวยงามในความเป็นมา ที่ต่างกันคือละครย้อนยุคของจีนส่วนมาก ตัวละครหลักจะเป็นกษัตริย์หรือเป็นเรื่องในวังต่างๆ แต่ละครไทยตัวละครหลักมักไม่ใช่กษัตริย์” (ซงซูเซิน, สัมภาษณ์ 9 พฤษภาคม 2561)

“ประเทศจีนเคยมีหนังเรื่องหนึ่งที่ดูมีการย้อนเวลากลับไปในสมัยราชวงศ์คังซี เรื่องนี้ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ติดตาม ถ้ามามีความเหมือนหรือแตกต่าง ในส่วนของพล็อตเรื่องมันก็มีทั้งส่วนที่เหมือน เช่น ละครแสดงถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงในประวัติศาสตร์ถ่ายทอดให้แก่คนดู แต่ที่แตกต่างกันอาจเป็นเรื่องของแนวละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* มีรสชาดที่ครบรสกว่า ทั้งแนวตลก แนวซึ้ง และแนวบู๊ แต่หนังจีนอาจขาดความตลกไปบ้าง” (หลี่เจียนเต๋อ, สัมภาษณ์ 19 พฤษภาคม 2561)

“ดูละครแนวนี้แล้วรู้สึกอยากย้อนเวลากลับไปอดีต ยุคที่คนยังใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายสบายๆ ไม่เร่งรีบ” (เสี้ยวสง, สัมภาษณ์ 25 พฤษภาคม 2561)

นอกจากความสนุกสนานในการได้จินตนาการถึงอดีตที่ไม่เคยได้เห็นมาก่อนแล้ว ภาพของอดีตยังช่วยสะท้อนมิติของความปรารถนาที่สัมพันธ์กับปัจจุบัน ผู้ชมละครมักนึกถึงหรือโหยหาอดีตที่คิดว่าตัวเองขาด และมีแนวโน้มที่จะบอกว่าในอดีตเราเคยมีสิ่งนั้นๆ แต่ทุกวันนี้เราไม่มีอีกแล้ว เช่น ทุกวันนี้เราอยู่ในโลกที่วุ่นวายและรวดเร็ว เราก็มักมีแนวโน้มที่จะจินตนาการอดีตที่เนิบช้า สงบร่มเย็น เป็นระเบียบซึ่งในอดีตโดยรวมก็อาจจะมียุคของความยุ่งเหยิงวุ่นวาย แต่เรากลับเลือกที่จะวาดภาพอดีต เลือกที่จะนึกถึงอดีตเพื่อตอบสนองความไม่น่าพึงพอใจในปัจจุบัน ซึ่งอาจเปรียบเทียบยุคสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยาของไทยกับยุคจักรพรรดิถังไท่จงหรือสมัยราชวงศ์ถังของจีน ที่เป็นยุคแห่งความเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น ละครเรื่องนี้จึงหลอมรวมโลกความเป็นจริงกับโลกมายาในละครเอาไว้ด้วยกันทำให้ผู้ชมได้ย้อนมองตัวเองผ่านความคิด ฟินนิฟิเคราะห์จิตใจ และมองเห็นความเป็นตัวตนของเราในที่สุด

ภาพที่ 3 และ 4 ภาพข่าวการแต่งกายย้อนยุคของประเทศไทยและประเทศจีน ภายหลังจากการออกอากาศของละคร บุพเพสันนิวาส



ที่มา: เว็บไซต์ข่าว Mthai.com

อิทธิพลของสุนทรียทัศน์จากละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส ที่มีต่อผู้ชมชาวจีน

1. ทศนคติที่เกิดขึ้นหลังจากรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส

อิทธิพลด้านทัศนคติที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างภายหลังจากชมละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้เข้าใจวิถีชีวิตคนไทยมากขึ้น และชื่นชอบฉากอาหารและการแต่งกายของตัวละคร รวมถึงบทบาทของนักแสดงที่สามารถถ่ายทอดอุปนิสัยของคนไทยสมัยนั้นออกมาได้สมจริง จนทำให้เกิดการชื่นชอบวัฒนธรรมไทยเพิ่มมากขึ้น และสนใจอยากไปสัมผัสวัฒนธรรมไทยด้วยตนเอง

“ดูละครแล้วเข้าใจวัฒนธรรม ประเพณีไทยในยุคสมัยนั้นมากขึ้น นอกจากการเรียนในหนังสือแล้ว การที่ได้รับชมละครเรื่องนี้ทำให้เห็นสภาพสถานการณ์บ้านเมืองจริงในยุคสมัยนั้นได้เข้าใจยิ่งขึ้น” (ซ้ายเอนิน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

“ชื่นชอบเสื้อผ้า อาหาร ทัศนียภาพ วัฒนธรรมและประเพณีเป็นสิ่งที่ประณีตสวยงาม ละครทำให้รู้สึกอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่น่าสนใจเกี่ยวกับประเทศไทย” (ชีวกวันหลิน, สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2561)

“รู้สึกว่าเป็นไทยก็สามารถเป็นเทรนด์ที่อยู่ในกระแส และไม่แพ้กระแสต่างชาติ” (เสี้ยวสง, สัมภาษณ์ 25 พฤษภาคม 2561)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีความสนใจในการเรียนภาษาไทยมากขึ้น ตั้งใจที่จะฝึกฝนทักษะการฟังภาษาไทยจากละคร โดยหลังจากได้ดูละครอย่างต่อเนื่องแล้ว เกิดความสนใจและกระตือรือร้นที่อยากพัฒนาทักษะภาษาไทยของตนเอง เพื่อจะสามารถฟังภาษาไทยในละครให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

“ภาษาไทยเป็นภาษาที่ไพเราะ ดูละครแล้วรู้สึกอยากพยายามเรียนภาษาไทยยิ่งขึ้นไปอีก” (หวางอ้ายหลิน, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2561)

2. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส

อิทธิพลด้านพฤติกรรมที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างภายหลังจากชมละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต เพื่อทำความเข้าใจวิถีชีวิตและประเพณีไทยให้มากขึ้น โดยข้อมูลที่มีการค้นคว้าเพิ่มเติมยังรวมไปถึงข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของไทย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต้องการเรียนรู้ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ หรือความเป็นมาของเนื้อเรื่องที่มีปรากฏอยู่ในละคร รวมถึงยังมีการนำคำศัพท์ภาษาไทยที่ปรากฏอยู่ในละครโทรทัศน์ไปใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

"ใครๆ ก็นิยมใช้คำว่า 'ออเจ้า' ฉันทักด้วย (หัวเราะ) ดาราไทยที่ฉันติดตามบนอินสตาแกรมส่วนมากนิยมใช้คำพูดของตัวละครในเรื่องนี้ ไม่ว่าไปถึงไหนก็จะมีโฆษณาที่ได้รับผลกระทบจากเรื่องนี้" (ชงชูเชิน, สัมภาษณ์ 9 พฤษภาคม 2561)

ภาพที่ 5 คำว่า "ออเจ้า" จากละคร บุพเพสันนิวาส กลายเป็นจุดเด่นของละครที่สื่อใช้กันอย่างแพร่หลาย



ที่มา: ข้อมูลจากสำนักข่าวอมรินทร์ทีวี

“ฉันตามอ่านหนังสือประวัติศาสตร์ หวังว่าจะได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ไทยมากขึ้น ละครเรื่องนี้ทำให้เข้าใจว่าประวัติศาสตร์ไทยมีความซับซ้อนและสวยงาม เรื่องราวสนุก ดูละครแล้วประวัติศาสตร์ส่วนไหนที่ไม่เข้าใจ ก็สืบค้นในอินเทอร์เน็ต” (หุวิญ, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2561)

นอกจากนี้ ยังพบพฤติกรรมด้านการ “ตามรอย” ละครโทรทัศน์ เพื่อไปท่องเที่ยวยังโบราณสถานที่เป็นสถานที่ถ่ายทำต่างๆ การแต่งกายเลียนแบบตัวละคร รวมถึงการรับประทานอาหารต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเรื่อง

“ละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ทำให้ฉันเที่ยวชมวัดต่างๆ ทั่วทั้งจังหวัด พระนครศรีอยุธยาได้อย่างเพลิดเพลินขึ้น เพราะเข้าใจถึงวัฒนธรรมซึ่งเต็มไปด้วยขนบธรรมเนียมที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา” (หวางอ้ายหลิน, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2561)

“ชอบเครื่องแต่งกายตัวละคร มีความสวยงาม และรู้สึกว่าคุณไทยมีเสน่ห์มากเลย แต่งชุดไทยตามบางเวลาในงานสังสรรค์ที่คณะ” (ชายเอน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

“อาหารไทยมีความแตกต่างกับอาหารจีนมาก ดูเป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยของกิน มีกุ้งตัวโตๆ มีมะม่วง มีอาหารหน้าตาแปลกๆ อาหารไทยดูมีขนบธรรมเนียม ประเพณี และมารยาทในการกินมากมาย ฉันดูละครเรื่องนี้ตอนเด็กๆ แล้วหิว” (เสี่ยวหวาง, สัมภาษณ์ 23 พฤษภาคม 2561)

อิทธิพลของสุนทรียทัศน์จากละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมชาวจีนในเชิงบวก โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติไปในทางชื่นชอบวัฒนธรรมไทย มีความสนใจอยากเรียนภาษาไทยมากขึ้น มีการเปรียบเทียบวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมจีน และเกิดความรู้สึกอยากสัมผัสกับวัฒนธรรมไทยมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า หลังจากรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง *บุพเพสันนิวาส* แล้ว กลุ่มตัวอย่างชาวจีนมีทัศนคติเชิงบวกต่อวัฒนธรรมไทย อีกทั้งยังมีพฤติกรรมเลียนแบบและตามรอยละครอีกด้วย

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการพัฒนาละครโทรทัศน์และสื่อจินตคดีอื่นๆ ของไทย

ถึงแม้ว่าทัศนะที่มีต่อละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ส่วนใหญ่จะเป็นไปในเชิงบวกก็ตาม แต่กลุ่มตัวอย่างก็มีข้อเสนอแนะในการพัฒนาละครโทรทัศน์และสื่อจินตคดีอื่นๆ ของไทยบางประการ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นความไม่เข้าใจ และสับสนในเรื่องเงื่อนไขของการเวียนว่ายตายเกิดข้ามภพข้ามชาติที่ไม่เป็นไปตามกฎของวัฏสงสารในความเชื่อทางคติพุทธ เช่น เรื่องการตายในชาติภพปัจจุบันแล้วย้อนกลับไปเข้าร่างในอดีตชาติ แต่ก็สามารถยอมรับและเข้าใจในเงื่อนไขดังกล่าวได้

“ไม่ค่อยเข้าใจว่า ทำไมนางเอกตายแล้วย้อนกลับไปใหม่ในร่างคนอื่นในอดีต เพราะส่วนใหญ่ตัวละครตายแล้ว จะต้องข้ามภพไปเกิดใหม่ในชาติหน้าที่เป็นอนาคต แต่เข้าใจได้ว่า เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ต้องการให้ตัวละครเป็นตัวแทนของผู้ชม โดยใช้มุมมองของคนยุคปัจจุบันไปมองอดีต และตั้งข้อสงสัยต่างๆ ที่คนปัจจุบันไม่เข้าใจคนสมัยก่อน” (หวางอ้ายหลิน, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2561)

“น่าสงสัยมาก ผู้ชายในโลกปัจจุบันลาบวช และบำเพ็ญตนแทนผู้หญิงในชาติปัจจุบันแล้ว ทำให้นางเอกได้มีโอกาสย้อนกลับไปในอดีต แต่ก็ถือว่า เป็นรูปแบบใหม่ของการข้ามภพข้ามชาติ สามารถเรียกร้องความสนใจของผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก” (ชีวกวันหลิน, สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2561)

กลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่พอใจการนำเสนอแนวคิดผีปีศาจและวิญญาณที่มักปรากฏในละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ รวมทั้งเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ที่มีฉากผิการะเบิดปรากฏกายเพื่อให้เกศสุรางค์เห็นด้วยเช่นกัน โดยเห็นว่า เป็นการสร้างความเชื่อที่มอมเมาและงมงาย (ช่ายเอิน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

ถึงแม้ว่าเนื้อเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยจะเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมชาวจีน แต่ก็ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสมจริงและความยิ่งใหญ่ของกระบวนการผลิตที่ยังด้อยกว่าละครโทรทัศน์ของจีนในแนวประวัติศาสตร์อยู่มาก ทั้งในแง่ของฉาก เครื่องแต่งกาย มุกกลองที่ใช้ในการถ่ายทำ จำนวนนักแสดงสมทบ และคอมพิวเตอร์กราฟิกที่ลงทุนน้อยกว่า ทำให้ผู้ชมชาวจีนเสียอรรถรสในการรับชม (ยวีเจิน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561)

อภิปรายผลการศึกษา

สุนทรียทัศน์หรือความเห็นเกี่ยวกับ “แงงาม” ของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อสื่อจินตคดีของไทยนั้น สามารถสรุปได้ 3 ประการ ได้แก่ *งามเพราะความแปลกตา* เนื่องจากเป้าหมายของศิลปะคือ การเผยแพร่สละของสรรพสิ่งดังที่เราได้สัมผัสมิใช่ดังที่เราได้เรียนรู้ พันธกิจของนักสร้างสรรค์จึงเป็นการทำให้เกิดแสงสว่างในศิลปะ ซึ่งผู้ชมไม่เคยมองเห็นมาก่อน *งามเพราะสร้างอารมณ์ร่วม* เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญที่จะก่อให้เกิดสุนทรียะ หรือก่อให้เกิดความรู้สึกว่างามได้นั้นก็คือการสร้างอารมณ์ร่วม (empathy) หรือความเคลิบเคลิ้ม (in feeling) การสร้างอารมณ์ร่วมจะทำให้ผู้ชมติดตามรับชมละครโทรทัศน์ และงามเพราะได้สะท้อนตัวตนของผู้ชมละคร เหมือนดังบทประพันธ์จากเรื่อง *รู่ไบยาด (Rubaiyat)* ของโอมาร์ คายยัม (Omar Khayyam) ซึ่งแปลเป็นภาษาไทยโดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ ไว้ว่า

“ดูหนึ่งดูละคร แล้วย้อนดูตัว ข้าอรุณนำหัว เต็นยั่วอย่างฝัน
ดอกเอ๋ยดอกเจ้า ดอกทานตะวัน ละครคนละครัน ประชันกันสนุกเอย”

หากมองตามกรอบแนวคิดของสุนทรียะ จะพบว่า สื่อละครโทรทัศน์ขาดสุนทรียะแห่งความต่อเนื่อง หรือความลื่นไหลทางอารมณ์ เนื่องจากมีโฆษณามาคอยคั่นอารมณ์แตกต่างจากภาพยนตร์ หรือวรรณกรรม ดังนั้น กลวิธีในการดึงอารมณ์ร่วมจากละครโทรทัศน์ จึงมักเป็นอารมณ์ที่สดโตน รุนแรง หรือใช้การกระตุ้นเร้าอารมณ์อยู่ทุกขณะ (นับทอง ทองใบ, 2553: 91) เจตนา นาควัชระเรียกลักษณะดังกล่าวว่า เป็น “สุนทรียะแห่งความไม่ต่อเนื่อง” อันเกิดจากการตอกย้ำความสำนึกว่า การแสดงเป็นมายากล วิธีการแสดงจึงจำเป็นต้องมีการสร้างมายา และทำลายมายาด้วยการปลุกให้ตื่นอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ แทนที่จะให้ผู้ชม “อิน” ไปกับละครเบื้องหน้าด้วยความ “สมจริง” กลับจะต้อง “ปลุก” สติให้รู้ว่ สิ่งนั้นคือความลวง เพราะศิลปะทั้งหลายนั้นก็ล้วนแต่เป็นมายาภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งสิ้น (เจตนา นาควัชระ, 2548: 241)

ผลจากการศึกษาพัฒนาการและสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ไทย ชี้ให้เห็นว่า ผู้สร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ในแต่ละยุคมีภูมิหลังที่

แตกต่างกันออกไปตามแต่บริบททางสังคม เทคโนโลยีการสื่อสาร และสื่อจินตคติที่เกี่ยวข้องในเวลานั้น ยกตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ในยุคบุกเบิก ส่วนใหญ่เป็นนักเขียนวรรณกรรมและนักเขียนบทละครเวที ต่อมาเมื่อถึงยุคภาพยนตร์โทรทัศน์ ผู้สร้างสรรค์บทส่วนใหญ่เป็นผู้กำกับภาพยนตร์ และในยุคละครโทรทัศน์ขยายตัว ผู้สร้างสรรค์บทส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ในสถาบันการศึกษาชั้นสูง เป็นต้น ภูมิหลังที่แตกต่างกันของนักเขียนบทละครโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้สุนทรียทัศน์ของผู้สร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ในแต่ละยุคสมัยมีรายละเอียดแตกต่างกันออกไป

ละครโทรทัศน์ถือเป็นผู้ถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก หรือความคิดของตนเองผ่านบทละครโทรทัศน์ไปยังผู้รับสารคนอื่น ๆ ซึ่งคือมวลชน โดยมุ่งให้ผลในด้านอารมณ์ความรู้สึกเป็นสำคัญ อันถือเป็นการสื่อสารเชิงสุนทรียะ (aesthetic communication) ซึ่งองค์ประกอบสำคัญที่จะก่อให้เกิดสุนทรียะหรือความรู้สึกว่างามได้นั้น ก็คือ “อารมณ์ร่วม” (empathy) หรือความเคลิบเคลิ้ม (in feeling) ที่จะทำให้ผู้ชมติดตามรับชมละครโทรทัศน์นั้นเอง

ด้วยเหตุนี้ ละครโทรทัศน์จึงมิได้ทำหน้าที่เป็น “กระจกส่องสะท้อนโลกตามความเป็นจริง” หากแต่ละครโทรทัศน์กลับเป็น “โลก” เสียเอง ดังนั้น ละครโทรทัศน์ในฐานะผู้ส่งสารจึงเท่ากับเป็นผู้สร้างโลกทางวัฒนธรรมในแต่ละยุคขึ้นโดยสะท้อนผ่านสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์นั้นเอง

ทัศนะหรือความคิดเกี่ยวกับความงามในสื่อจินตคติเป็นเรื่องของจิตใจที่เชื่อมโยงและผูกพันกับประสบการณ์ต่างๆ ของชีวิต โดยทั่วไปแล้วความงามเป็นเรื่องของคุณค่า (value) และเกิดขึ้นด้วยอารมณ์ ถ้าไม่มีอารมณ์ เราจะรับสัมผัสความงามไม่ได้ ดังนั้น ความงามจึงทำให้เกิดความยินดี ให้ความพอใจได้ทันทีโดยไม่มีเหตุผล เช่นเดียวกับศิลปะที่ต้องมีความงามเป็นพื้นฐานข้างต้น งานศิลปะที่ดีจะให้ความพอใจในความงามแก่ผู้ดูเป็นขั้นแรก และจะให้ความสะเทือนใจที่คลี่คลายกว้างขวางยิ่งขึ้นด้วยอารมณ์สุนทรียภาพของงานศิลปะนั้นในขั้นต่อไป (ณัฐนันท์ ศิริเจริญ, 2552: 89) พฤติกรรมส่วนใหญ่ที่มนุษย์แสดงออกมาทั้งด้านบวกและด้านลบ จึงมักจะก่อเกิดจากความคิดเป็นสำคัญ

สื่อจินตคติดีมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เสพทั้งในทางตรงและทางอ้อม สุนทรียทัศน์หรือการรับรู้ถึงความงาม ไม่เพียงแต่จะสร้างความ

รู้สึกสุขใจให้แก่ผู้เสพเท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง สร้างสรรค์ผลงาน หรือกระทั่งสร้างสรรค์สังคมได้เช่นกัน (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2546: 37-38) ละครเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ในฐานะสื่อจินตคติจึงไม่ได้เพียงแค่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้ชมในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับแรกคือ ความคิดใคร่ใฝ่หา เป็นความรู้สึกรอยอยากได้ อยากครอบครองอยากสัมผัส ด้วยผัสสะทั้งห้า ระดับต่อมาคือความรู้สึกลึกซึ้งดำ บิดี ใช้ประสบการณ์ทางสุนทรียะ ช่วยยกระดับและพัฒนาตัวเอง ไปจนถึงสูงที่สุดคือความสุขสงบ มีความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติและจักรวาล

สื่อจินตคติของโลกตะวันออกมีลักษณะร่วมกันคือ เน้นความจริงทางความรู้สึก ความงามของจินตคติโลกตะวันออกจึงเป็นสิ่งที่ผ่านการตีความของจิตใจ เพื่อให้เห็นภาพแสดงของความจริงแท้ หากเราเชื่อมั่นในความงามของสิ่งที่เห็น ได้ยินและสัมผัสอย่างแนบสนิท หัวใจของเราจะให้คำตอบแห่งภูมิปัญญา แก่ชีวิตได้อย่างล้าลึกและเหนือกว่าเหตุผลเชิงประจักษ์ใดๆ เสมอ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2553), *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เชमानันทะ (2554), *เนื่องในความงาม*, กรุงเทพฯ: อมรินทร์ธรรมะ.
- เจตนา นาควัชร (2548), *จากแผ่นดินแม่สู่แผ่นดินอื่น: รวบรวมบทความวิชาการและบทวิจารณ์*, กรุงเทพฯ: คมบาง.
- ชนประคัลภ์ จันทรเรือง (2554), *ละครคือชีวิต ชีวิตคือละคร*, กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า 2000.
- ชาติรี ประกิตนทการ (2551), “ความงามข้ามกาลเวลาฯ ของจอห์น เลน: การเมืองของการมองความงาม”, *วารสารอ่าน*, กรกฎาคม-กันยายน: 178-190.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2552), *สุนทรียศาสตร์เพื่อนิเทศศาสตร์*, สมุทรปราการ: โครงการสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ตอลสตอย, เลียฟ นิโคไลวิช กร๊าฟ (2550), *What is Art? ศิลปะคืออะไร*, แปลโดย สิทธิชัย แสงกระจ่าง, กรุงเทพฯ: โอเพ่นบุ๊กส์.
- ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ (2547), *สุนทรียนิเทศศาสตร์ การสื่อสารการแสดงและสื่อจินตคติ*, กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทอง ทองใบ (2553), *ศิลปวิจารณ์รายการวิทยุโทรทัศน์*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นิติ เอียวศิริวงศ์ (2538), *โฉน คาราบาว น้ำเน่า และหนังไทย*, กรุงเทพฯ: มติชน.

ปรีดา อัครจันทโชติ (2549), *ความงามหลังม่านไม้ไผ่ สื่อจินตคติกับสุนทรียทัศน์จีน*, กรุงเทพฯ: ภาควิชา วาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลักษณะวัตน์ ปาละรัตน์ (2551), *สุนทรียศาสตร์*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิรุณ ตั้งเจริญ (2546), *สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต*, กรุงเทพฯ: อีแอนด์ไอคิว.

สกุล บุญยทัต (2560), *โรงแรมรสแห่งความสงบงาม*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

สมบัติ กุสุมาลี (2558), *เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์*, กรุงเทพฯ: วิพริทธิ์.

สมสุข หินวิมาน (2545), "ละครโทรทัศน์", ใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (บ.ก.), *สื่อบันเทิง: อำนาจ แห่งความไร้สาระ*, กรุงเทพฯ: ออล อเบอร์ท พรินท์.

_____. (2557), *ปรัชญา นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*, นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.

สรรัตน์ จิรบรรณวิสุทธิ (2554), *พัฒนาการและสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการแสดง ภาควิชา วาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สศช. และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2552), *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy: รายงานการศึกษาเบื้องต้น*, กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2543), *จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน*, กรุงเทพฯ: โครงการ สื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Erll, A. (2011), *Memory in Culture*, translated by Sara B. Young, London: Palgrave Macmillan.

Fiske, J. (2011), *Television Culture*, London: Routledge.

Jennings, B. and Oliver, M. (2009), *Media Effects: Advance in theory and research*, New York: Routledge.

LeBaron, M. (2003), *Bridging Cultural Conflicts: A New Approach for a Changing World*, CA: Jossey-Bass.

สื่อออนไลน์

กระทรวงวัฒนธรรม (2559), *ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 2*, สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2561 จาก www.m-culture.go.th/policy/files/329/Asian.pdf

ประภาภรณ์ รัตโน และหยกขาว สมหวัง (2560), "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและการสื่อสารในยุคดิจิทัลกรณีศึกษาอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีน", *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2561 จาก <https://www.tcithaijo.org/index.php/liberalartsjournal/95951>

ศูนย์วิจัยยุทธศาสตร์ไทย-จีน (2555), *ทำไมคนจีนถึงคลั่งไคล้ละครไทย*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561 จาก <http://www.vijaichina.com/articles/79>

สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ (2555), *โอกาสทองธุรกิจบันเทิงไทยในแดนมังกร*, สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561 จาก www.mfa.go.th/27764.html.

อ้ายจง (2561), *วิเคราะห์กระแสบุปผะพสนิวัตในโลกโซเชียลจีน*, สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2561 จาก <https://www.facebook.com/aizhongchina/posts/1194604100671151/>

โอภาส เหลืองดาวเรือง (2552), *"ตลาดและโอกาสธุรกิจทางการศึกษาของไทยในมณฑลยูนนาน"*, สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2561 จาก <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/>

สัมภาษณ์

ชีววันหลิน, สัมภาษณ์ 16 พฤษภาคม 2561.

ซงซูเฉิน, สัมภาษณ์ 9 พฤษภาคม 2561.

ซ่ายเอน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561.

ไช่เหมย์หลิง, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561.

ยวี่เจิน, สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2561.

เสี่ยวสว, สัมภาษณ์ 25 พฤษภาคม 2561.

เสี่ยวหวาง, สัมภาษณ์ 23 พฤษภาคม 2561.

หลี่เจียนเต๋อ, สัมภาษณ์ 19 พฤษภาคม 2561.

หวางอ้ายหลิน, สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2561.

หวูเจียว, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2561.