

การผลิตภาพยนตร์สั้นโดยใช้องค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทย
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์

A Short Film Production Using the Thai Cultural DNA Elements for
Tourism Promotion within the Provincial Group of Roi Et, Khon Kaen,
Maha Sarakham, and Kalasin

Received:	January	2, 2019
Revised:	August	13, 2019
Accepted:	August	20, 2019

พงษ์พิพัฒน์ สายทอง (Pongpipat Saitong)*

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทยเพื่อพัฒนาเนื้อเรื่องของภาพยนตร์สั้น 2) ประเมินผลการผลิตภาพยนตร์สั้น 3) สอบถามความคิดเห็นหลังชมภาพยนตร์สั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบประเมินความคิดเห็น 2) หลักเกณฑ์การตัดสินการประกวดภาพยนตร์สั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) คณะกรรมการตัดสินการประกวดภาพยนตร์สั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2) ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมการประกาศผลการประกวดภาพยนตร์สั้น จำนวน 73 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ 3) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง จำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทย ได้แก่ ความยืดหยุ่น ความสนุก ความมีรสชาติ ความเป็นมิตรและการเติมที่กับชีวิต โดยสอดคล้องในการดำเนินเรื่องด้วยการเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 20 แห่ง 2) การประเมินผลการผลิตภาพยนตร์สั้นของผู้เชี่ยวชาญ มีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 81.66 และภาพยนตร์สั้นได้รับรางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2 ระดับนักศึกษาและประชาชนทั่วไป 3) การประเมินความคิดเห็นของผู้ชมภาพยนตร์สั้นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ดังนั้นจึงสามารถนำภาพยนตร์สั้นไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้

คำสำคัญ : สารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทย ภาพยนตร์สั้น ส่งเสริมการท่องเที่ยว

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง ประจำภาควิชาสื่อและนิเทศ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Assistant Professor Pongpipat Saitong Dr., New Media Department, Faculty of Informatics, Mahasarakham University., E-Mail : pongpipat.s@hotmail.com, 081-7902095

Abstract

This research was purposively conducted to: 1) analyze the Thai cultural DND elements for a short film content development; 2) evaluate the outcome of a short film production; and 3) examine the participant's opinion after watching a short film. The research tools were: 1) a participant's opinion evaluation form and 2) a short film consideration criteria. Particularly, the sample group consisted of 1) 3 judges from the tourism promotion short film contest selected by a purposive sampling method; 2) 73 participants attending the short film contest selected by an accidental sampling method; and 3) the participants from the four provinces in the middle northeastern Thailand including Roi-Et, Khon Kaen, Maha Sarakham, and Kalasin. The research outcome indicated that: 1) the Thai cultural DNA elements (5F) including Flexibility, Fun, Full Flavors, Friendliness, and Life-fulfilling can be presented through a journey to 20 tourist's attractions; 2) the total score rated by the judges was 81.66 and the short film won a 2nd runner-up prize from the student's and people's contest; 3) the participant's opinion after watching the short film was rated the highest. As a result, this short film is firmly applicable for tourism promotion.

Keywords: Thai Cultural DNA, Short Film, Promotion Tourism

บทนำ

รัฐบาลได้ประกาศโมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นแนวนโยบายเพื่อพัฒนาโลกขับเคลื่อน ชุมชนที่มุ่งสร้างความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนให้แก่ประเทศ โดยเปลี่ยนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทย ได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ให้กลายเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 1) อาหาร เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ 2) สาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ 3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม 4) ดิจิทัลเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว และ 5) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ทั้งหมดนี้ เพื่อพาประเทศไทยหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง และนำประเทศไปสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม โดยในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ต้องอาศัยการขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์ใหม่ เพื่อให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโตไปพร้อมกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น จึงต้องพัฒนาองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ผู้คนสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และสถานที่สร้างสรรค์ (ปานรพี รพีพันธุ์, 2560.)

ประเทศไทยสร้างสรรค์ คือแนวความคิดในการพัฒนาประเทศตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาลที่ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของคนในชาติเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคำนึงถึงต้นทุนทางวัฒนธรรมเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งนำไปสู่โมเดลในการพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าที่มีศักยภาพ 5 กลุ่ม ประกอบไปด้วย 1) มวยไทย วัฒนธรรมของไทยแท้ๆ ที่ได้รับความนิยมในระดับโลก 2) เทศกาลต่าง ๆ ที่สนุกและไม่เหมือนใครในโลกดึงดูดให้คนมาเที่ยวเมืองไทยจำนวนมาก 3) อาหารท้องถิ่นไทยนั้นมีรสชาติแตกต่างกันทุกภาค 4) เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ของตกแต่งและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เป็นแหล่งแรงบันดาลใจให้นักออกแบบไทยรุ่นใหม่ และ 5) ภาพยนตร์ แอนิเมชันและเกม ที่ผลิตโดยคนไทยมีความแปลกใหม่ด้วยการใส่เนื้อหาและวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์เข้าไป (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559.)

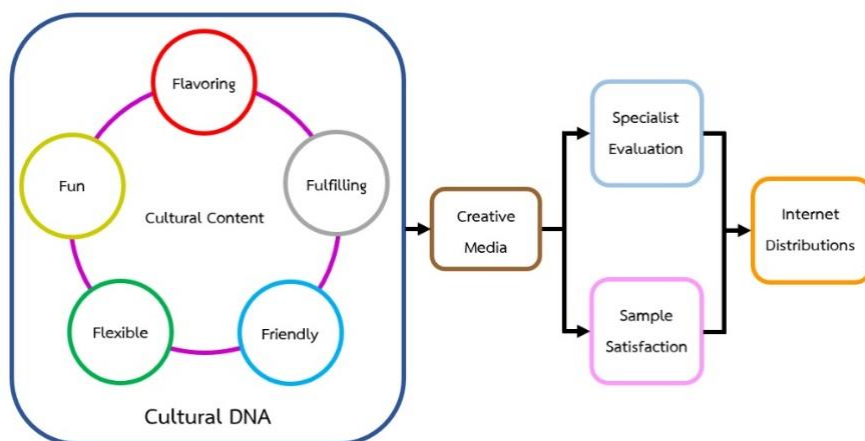
การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์นอกจากการพัฒนาารายสาขาของอุตสาหกรรมดังกล่าวแล้ว ต้องเชื่อมโยงการใช้นวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของไทยในภาคการผลิตจริง เทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมีส่วนสำคัญทำให้ผู้คนเข้าถึงกันได้มากขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ที่มีการเคลื่อนไหว การเชื่อมต่อ และการมีปฏิสัมพันธ์กันเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะผลิตภาพยนตร์สั้นโดยใช้องค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์มุมมองใหม่ที่สร้างความประทับใจให้กับผู้ชม และขยายขอบเขตการเข้าถึงข้อมูลเชิงท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์องค์ประกอบสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทยเพื่อพัฒนาเนื้อเรื่องของภาพยนตร์สั้น
2. ประเมินผลการผลิตภาพยนตร์สั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. สอบถามความคิดเห็นหลังชมภาพยนตร์สั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทยเพื่อพัฒนาเนื้อเรื่องของภาพยนตร์สั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการผลิตภาพยนตร์สั้นส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (ที่มา : พงษ์พิพัฒน์ สายทอง, 2561)

ขอบเขตของการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 สำหรับการประเมินผลการผลิตภาพยนตร์สั้น คือผู้กำกับภาพยนตร์ที่เป็นคณะกรรมการตัดสินการประกวดหนังสั้น สารคดีและรายการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 สำหรับการประเมินความคิดเห็นภาพยนตร์สั้น คือผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมการประกาศผลการประกวดและรับชมภาพยนตร์สั้น จำนวน 73 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง จำนวน 4 จังหวัด คือ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ จากหัวข้อการประกวด เทียวอีสานกลางมีเฮ กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) แบบประเมินความคิดเห็น
- 2) หลักเกณฑ์การตัดสินการประกวดภาพยนตร์สั้น

การดำเนินการวิจัย

จากนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งมีผลต่ออุตสาหกรรมในกลุ่มวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และการบริการที่มีมูลค่าสูง ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กล่าวในการประชุมสัมมนา เรื่อง การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ด้านวัฒนธรรม ว่าสถาบันศศิธร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับเคลสิกส์ สคูล มหาวิทยาลัยการจัดการนอร์ทเวสเทิร์น ได้ศึกษาไว้ว่าสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทยของคนไทย ประกอบด้วย ความยืดหยุ่น (Flexible) ความสนุก (Fun) ความมีรสชาติ (Flavoring) ความเป็นมิตร (Friendly) และการเต็มที่กับชีวิต (Fulfilling) โดยองค์ประกอบดังกล่าวนำไปสู่โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ แอนิเมชัน และเกม (Films, Animation & Games) ได้ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559.) ผู้วิจัยนำองค์ประกอบสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมไทยมาใช้พัฒนาเนื้อเรื่องในภาพยนตร์สั้น โดยกำหนดแนวคิด (Concept) ของภาพยนตร์ให้เนื้อหาที่จะสื่อสาร ได้แก่ วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยว และเนื้อเรื่องที่ใช้นำเสนอเรื่อง คือการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของชายหนุ่มไปในสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 20 แห่ง ใน 4 จังหวัด ทำให้ได้พบกับประสบการณ์ใหม่ ๆ มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ความยืดหยุ่น คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่กำหนดไว้ แต่ถ้าพบว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่น่าสนใจจะแวะท่องเที่ยวได้
- 2) ความสนุก คือ ถ่ายทอดความสนุกสนานของผู้คนในวิถีชีวิตตามธรรมชาติแทรกไว้ในดำเนินเรื่อง ถ่ายทำพฤติกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์ของตัวละครหลักกับผู้คนในท้องถิ่น เพื่อให้ได้บรรยากาศตามธรรมชาติ
- 3) ความมีรสชาติ คือ ในแต่ละจังหวัดแต่ละแห่งจะมีอาหารประจำท้องถิ่นที่มีหน้าตาและรสชาติเฉพาะตัวให้ได้ลิ้มลอง ซึ่งอาหารนับเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม
- 4) ความเป็นมิตร คือ ตัวละครหลักสอบถามเส้นทางจากผู้คนเพื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสอบถามพูดคุยเรื่องราวต่าง ๆ ของสถานที่นั้น ๆ ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของผู้คนไทยที่มีความเป็นมิตรกับคนต่างถิ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่
- 5) การเต็มที่กับชีวิต คือ เดินทางท่องเที่ยวคนเดียวแบบไม่รีบเร่ง ใช้ชีวิตเรียบง่ายกางเต็นท์พักค้างแรมซึมซับบรรยากาศอย่างเต็มที่ สื่อสารและเรียนรู้จากผู้คนอื่น ทำให้เติบโตทางความคิดได้

เมื่อกำหนดแนวคิด (Concept) ของภาพยนตร์ได้แล้ว จึงศึกษาค้นคว้าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อวางแผนการถ่ายทำตามขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์สั้น ดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิตภาพยนตร์สั้น (Pre-Production)

1.1 ค้นคว้าข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและวางแผนการถ่ายทำภาพยนตร์สั้น ดังนี้

ตาราง 1 แผนการถ่ายทำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น วันที่ 19-20 สิงหาคม 2561

ลำดับ	สถานที่	ระยะทางจากสถานที่ก่อนหน้า	ระยะเวลาเดินทาง	หมายเหตุ
	จ.มหาสารคาม	-	-	เดินทางจาก จ.มหาสารคาม
1.	มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ.เมือง	60.9 กม.	1.06 ชม.	เริ่มถ่ายทำที่แรก
2.	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อ.เวียงเก่า	87.1 กม.	1.18 ชม.	
3.	วัดถ้ำผาเกิ้ง อ.เวียงเก่า	90.4 กม.	1.24 ชม.	
4.	ร้านกาแฟริมเขื่อน อ.อุบลรัตน์	94.1 กม.	1.41 ชม.	
5.	จุดชมวิว ช่องเขาขาด อ.อุบลรัตน์	12.1 กม.	25 นาที	
6.	เขื่อนอุบลรัตน์ อ.อุบลรัตน์	86 กม.	1.51 ชม.	พักค้างคืน
7.	สวนสัตว์ขอนแก่น (เขาสวนกวาง) อ.เขาสวนกวาง	43 กม.	56 นาที	- ถ่ายทำวันที่ 2 - พูดคุยกับเด็กนักเรียน
8.	ออร์บ ฟาร์ม อ.เขาสวนกวาง	18.9 กม.	27 นาที	

ตาราง 2 แผนการถ่ายทำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ถ่ายทำวันที่ 20 สิงหาคม 2561

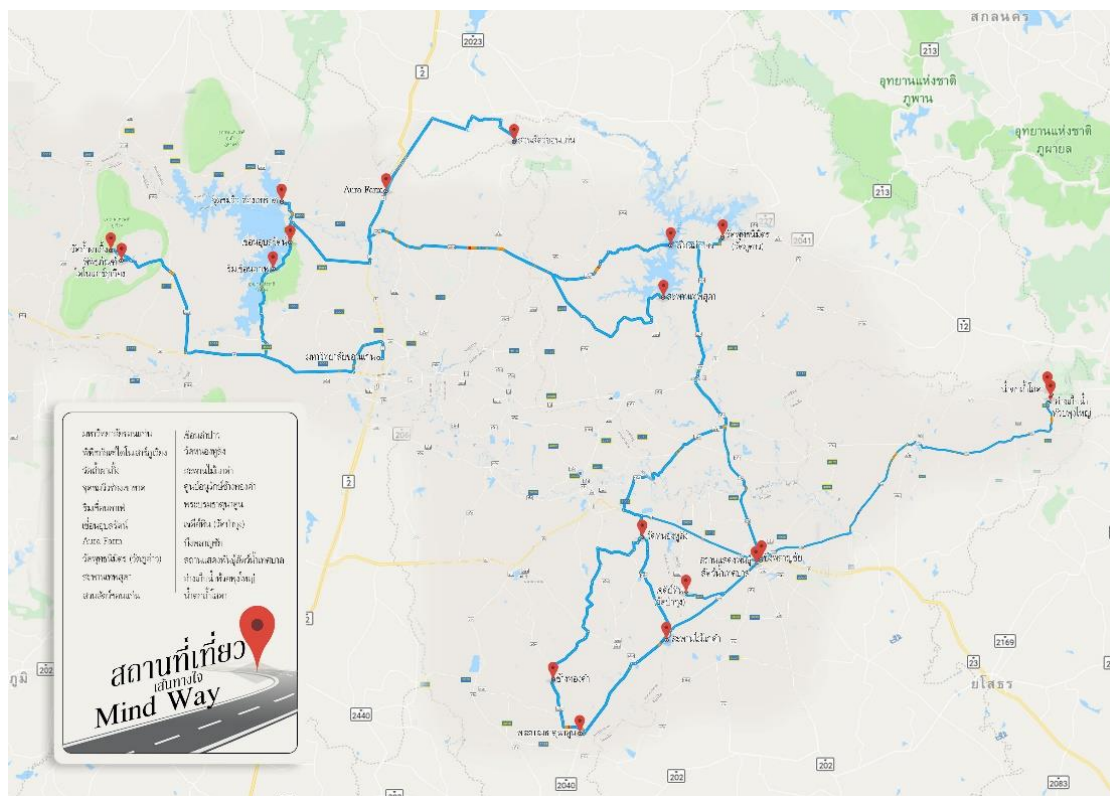
ลำดับ	สถานที่	ระยะทางจากสถานที่ก่อนหน้า	ระยะเวลาเดินทาง	หมายเหตุ
9.	วัดภูค้อ อ.สหัสขันธ์	124 กม.	2.05 ชม.	พูดคุยกับชาวบ้าน
10.	สะพานเทพสุดา อ.สหัสขันธ์	35.9 กม.	31 นาที	
11.	เขื่อนลำปาว อ.ยางตลาด	27.3 กม.	29 นาที	เดินทางกลับ จ.มหาสารคาม

ตาราง 3 แผนการถ่ายทำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ถ่ายทำวันที่ 21 สิงหาคม 2561

ลำดับ	สถานที่	ระยะทางจากสถานที่ก่อนหน้า	ระยะเวลาเดินทาง	หมายเหตุ
	จ.มหาสารคาม	-	-	เดินทางจาก จ.มหาสารคาม
12.	วัดหนองหูลิง (วัดเรือ) อ.แกดำ	36.4 กม.	52 นาที	ถ่ายทำวันที่ 3
13.	สะพานไม้แกดำ อ.แกดำ	9.5 กม.	16 นาที	
14.	- ศูนย์อนุรักษ์ช้าง และร้านกาแฟ ช้างทองคำ คาเฟ่ อ.บรบือ	47 กม.	48 นาที	- พบและพูดคุยกับหญิงสาว - ได้ซื้อคิต
15.	พระธาตุนาดูน อ.นาดูน	39.4 กม.	46 นาที	เดินทางกลับ จ.มหาสารคาม

ตาราง 4 แผนการถ่ายทำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด ถ่ายทำวันที่ 22 สิงหาคม 2561

ลำดับ	สถานที่	ระยะทางจาก สถานที่ก่อนหน้า	ระยะเวลา เดินทาง	หมายเหตุ
	จ.มหาสารคาม	-	-	เดินทางจาก จ.มหาสารคาม
16.	บึงปลาญชัย อ.เมือง	54.5 กม.	1.07 ชม.	ถ่ายทำวันที่ 5
17.	พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ อ.เมือง	950 ม.	5 นาที	
18.	อ่างเก็บน้ำห้วยพุงใหญ่ อ.หนองพอก	90.4 กม.	1.33 ชม.	
19.	น้ำตกถ้ำไสภา อ.หนองพอก	10.9 กม.	21 นาที	
20.	วัดประชาคมวนาราม (วัดป่ากุง) อ.ศรีสมเด็จ	115 กม.	1.51 ชม.	เดินทางกลับ จ.มหาสารคาม



ภาพที่ 1 ภาพแผนที่กราฟิกเส้นทางและสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 20 แห่ง ในภาพยนตร์สั้น
ที่มา : พงษ์พัฒน์ สายทอง, 2561.

1.2 การพัฒนาเนื้อเรื่องภาพยนตร์

1) ประเด็นเรื่อง (Subject) การตัดสินใจเลือกเส้นทางของชีวิตด้วยหัวใจ

2) เรื่องย่อ (Plot) วันนี้เป็นวันสุดท้ายของการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัย ชายหนุ่มครุ่นคิดหาคำตอบกับเส้นทางชีวิตตนเองหลังเรียนจบ จะไปทำงานอะไร ทำงานที่ไหน หลังจากแยกย้ายกับเพื่อน ๆ แล้ว เขาตัดสินใจท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ จากจังหวัดขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และร้อยเอ็ด ตามลำดับ ก่อนที่มุ่งหน้ากลับบ้านที่จังหวัดอุบลราชธานี การเดินทางมีการหลงทางบ้างแต่ก็ไปจนถึงจุดหมายที่ตั้งใจไว้ ที่ร้านกาแฟแห่งหนึ่ง ชายหนุ่มได้พบและพูดคุยกับหญิงสาวหน้าตาน่ารักซึ่งเป็นเจ้าของร้าน เธอเพิ่งเรียนจบจากมหาวิทยาลัยเหมือนกับเขา และได้มาเปิดร้านกาแฟตามความรัก ความชอบ จากการพูดคุยกับหญิงสาวทำให้ชายหนุ่มได้คิดถึงสิ่งที่ตนเองต้องการที่แท้จริง ว่าการเลือกเส้นทางชีวิตของตนเองเป็นสิ่งที่ไม่มีคำว่าผิดถูก การได้ทำในสิ่งที่เรารัก เราชอบ ก็น่าจะเป็นพอแล้ว ระหว่างทางเขาได้พบปะพูดคุยกับผู้คนมากมาย ได้ไปในสถานที่อันสวยงามที่ซ่อนตัวอยู่ เมื่อเวลาผ่านไปชายหนุ่มได้เป็นช่างภาพอิสระตามที่ตั้งใจ ได้เดินทางไปในที่ต่าง ๆ ทำงานไปด้วย เที่ยวไปด้วย และมีเหตุการณ์ที่ทำให้คิดถึงหญิงสาวเจ้าของร้านกาแฟ เขาจึงค้นหาเฟซบุ๊กของหญิงสาวและทักข้อความไปเพื่อสานสัมพันธ์อีกครั้ง

3) โครงเรื่องขยาย (Treatment) โดยใส่โครงสร้างของบทแบ่งเป็นองก์ เชื่อมโยงกันให้เห็นความสัมพันธ์ของภาพรวมทั้งหมด ระบุตัวละคร ฉาก เหตุการณ์ สถานที่ ดังตัวอย่างโครงเรื่องขยายภาพยนตร์สั้น เรื่อง เส้นทางใจ (Mind Way) ดังนี้

ในห้องเรียน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อนิสิตคนสุดท้ายรายงานการฝึกงานจบ พร้อมกับเสียงปรบมือและส่งเสียง...เฮ...!! นั้นหมายความว่าทุกคนในห้องนี้ได้สิ้นสุดการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยโดยสมบูรณ์แล้ว หลังจากเสียงเฮฮาและพูดคุยเบาเสียง อาจารย์จึงกล่าวส่งท้ายกับนิสิตทุกคนเกี่ยวกับการสมัครงาน การทำงาน และอวยพรให้ทุกคนโชคดี

องก์ 1 เปิดตัว

ชายหนุ่มนั่งฟังอาจารย์กล่าวให้ข้อคิดพร้อมกับครุ่นคิดหาคำตอบในเส้นทางชีวิตของตนเอง หลังเรียนจบ ท่ามกลางบรรยากาศเพื่อนรอบข้างพูดคุย ถามไถ่กันว่า จบแล้วจะไปทำงานอะไร ทำงานที่ไหน...

4) บทภาพยนตร์ (Script) การเล่าเรื่อง ประกอบด้วย ตัวละครหลัก บทบรรยาย บทสนทนา ฉาก การแสดงอารมณ์ ตัวอย่างบทภาพยนตร์สั้น เรื่อง เส้นทางใจ (Mind Way) ดังนี้

ตาราง 4 ข้อมูลการถ่ายทำประกอบบทภาพยนตร์

Sequence B			: เต๋อ ได้ข้อคิดจากการพูดคุยกับ ณิชชา	
Scene 2			: ภายใน/ร้านกาแฟ/บ้าน	Time: 2 mins.
Sound			: เสียงดนตรีคลอ และเสียงบรรยากาศในร้านกาแฟ	
Scene description			: เต๋อ จิบกาแฟ และพยายามพูดคุยกับณิชชา เพื่อทำความรู้จัก	
Camera			Dialog	
A	B	C		
Master	MS		เต๋อ จิบกาแฟ แล้วหันไปถาม ณิชชา เต๋อ “กาแฟนี้ช่าง...นี่ ชี้ข้างจริงหรือครับ?”	
		MS	ณิชชา ตอบคำถามพร้อมชงกาแฟไปด้วย ณิชชา “ใช่ค่ะ”	
	MS		เต๋อ ยกแก้วกาแฟขึ้นมาดม เต๋อ “หืม...?!?”	
		MS	ณิชชา ยิ้มหัวเราะสดใส ณิชชา (หัวเราะ) “แต่เนี่ยคือกาแฟที่ดีที่สุดในโลกนะค่ะ”	

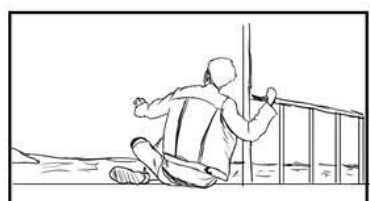
5) สตอรี่บอร์ด (Storyboard) ร่างภาพในข้อต่อต่าง ๆ ลำดับเหตุการณ์ คำบรรยายเหตุการณ์ และบทสนทนา บทบรรยาย ตำแหน่งกล้อง การเชื่อมต่อ ข้ออธิบายภาพประกอบ เสียงดนตรี เสียงประกอบฉาก และบทสนทนา ดังตัวอย่างสตอรี่บอร์ดภาพยนตร์สั้น เรื่อง เส้นทางใจ (Mind Way) ดังนี้

PRODUCTION

STORYBOARD - ASPECT RATIO 1:85 PAGE#



Scene # Shot #



Scene # Shot #



Scene # Shot #



Scene # Shot #

ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างสตอรี่บอร์ด (Storyboard) ถ่ายทำที่เขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

1.3 ขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์สั้น (Production)

ผู้วิจัยและคณะงานดำเนินการถ่ายทำภาพยนตร์สั้นตามตารางถ่ายทำที่กำหนดไว้



มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น



พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติขอนแก่น อ.เวียงเก่า จ.ขอนแก่น



วัดภูค่าว อ.สหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์

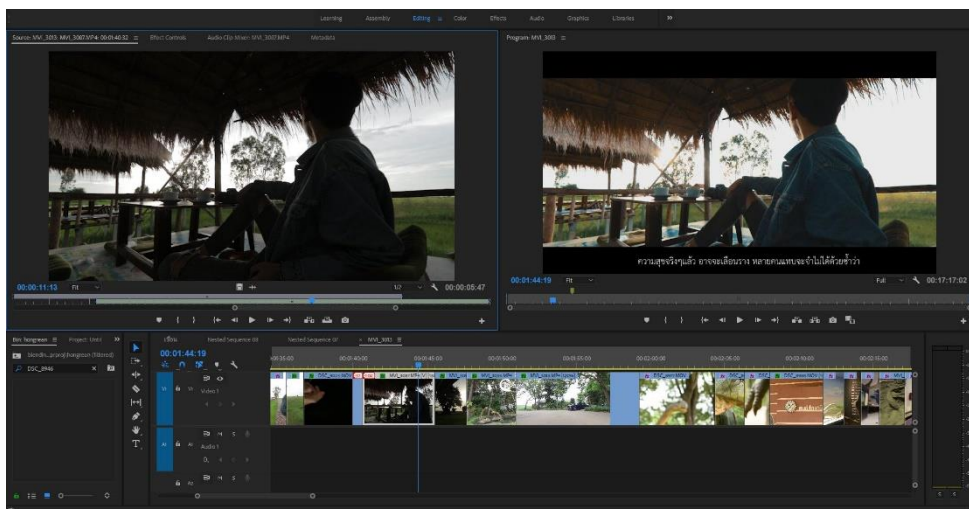


น้ำตกถ้ำไธดา อ.หนองพอก จ.ร้อยเอ็ด

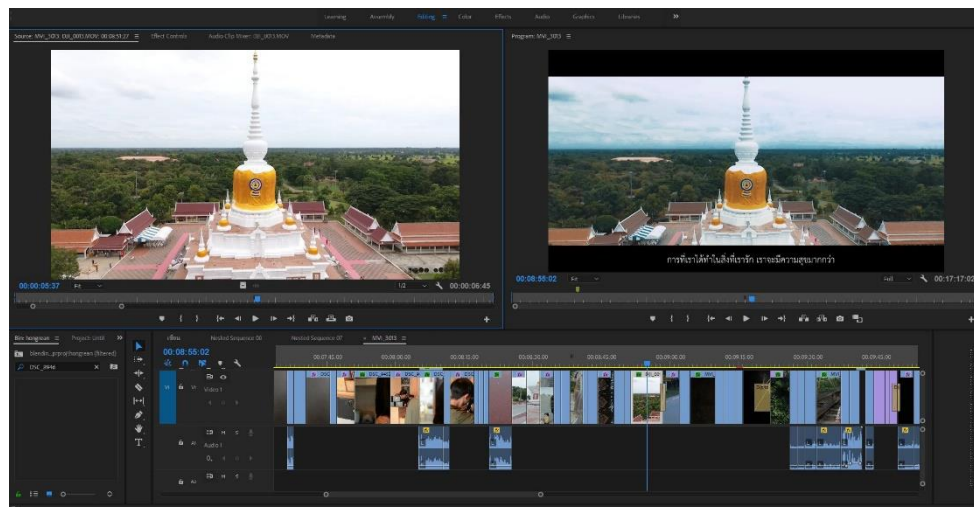
ภาพที่ 3.2 ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์สั้น

1.4 ขั้นตอนหลังการผลิตภาพยนตร์สั้น (Post-Production)

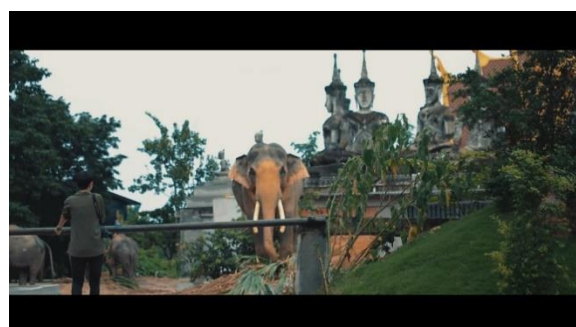
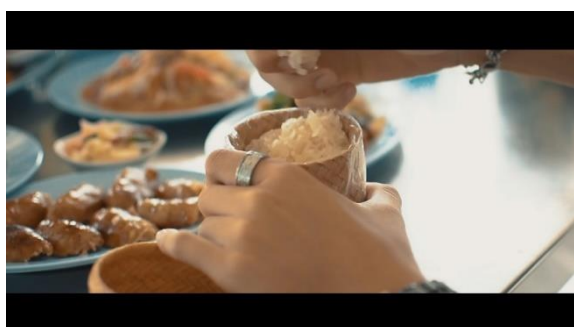
เมื่อถ่ายทำครบทุกฉากแล้วจึงคัดเลือกไฟล์ภาพต้นฉบับ (Original) มาจัดลำดับภาพและปรับปรุงตกแต่งภาพ ได้แก่ effect glitch, filter, crop เมื่อได้ไฟล์ภาพที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว (Master) จึงนำไปตัดต่อภาพและเสียง ได้แก่ transition, zoom in zoom out, fade in fade out, slow motion, sound effect, font, narration จนกระทั่งได้ภาพยนตร์สั้นที่สมบูรณ์



ภาพที่ 3.3 ไฟล์ภาพต้นฉบับ (Original) และไฟล์ภาพที่ปรับปรุงแล้ว (Master)



ภาพที่ 3.4 ตัดต่อภาพและเสียง (Edition)



ภาพที่ 3.4 ภาพตัวอย่างจากภาพยนตร์สั้น เรื่อง เส้นทางใจ (Mind Way)

2. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยส่งภาพยนตร์สั้น เรื่องเส้นทางใจ (Mind Way) เข้าร่วมประกวดในโครงการประกวดภาพยนตร์สั้นส่งเสริมการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จัดโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม เมื่อทราบผลการประกวดจึงขอทราบผลคะแนนการตัดสินจากคณะกรรมการ

2.2 ผู้วิจัยขอความร่วมมือผู้ที่มาร่วมกิจกรรมการประกาศผลรอบสุดท้ายและร่วมรับชมภาพยนตร์สั้น ตอบแบบประเมินความคิดเห็น จึงเก็บรวบรวมนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ



ภาพที่ 3.6 กิจกรรมการประกาศผลรอบสุดท้าย ร่วมรับชมภาพยนตร์สั้น และรับโล่รางวัล

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการผลการนำองค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาเนื้อเรื่องภาพยนตร์สั้น ได้แก่ ความยืดหยุ่น ความสนุก ความมีชีวิตชีวา ความเป็นมิตร และการเติมที่กับชีวิต

2. สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินผลการผลิตภาพยนตร์สั้น โดยผลการประเมินผลของผู้เชี่ยวชาญ มีคะแนนเฉลี่ยรวมทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 81.66 เท่ากับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับหัวข้อการประกวด และความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา เท่ากับ 43.33 ด้านเทคนิคการผลิตและการนำเสนอ เท่ากับ 21.66 ด้านความคิดสร้างสรรค์ เท่ากับ 16.66

3. สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อภาพยนตร์สั้น ผลการประเมินความคิดเห็น มีคะแนนเฉลี่ยรวมทั้ง 6 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การดำเนินเรื่องของภาพยนตร์สั้นให้แง่คิดและน่าติดตาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.29$) ซึ่งมีคะแนนต่ำที่สุด และส่งเสริมและเชิญชวนให้เดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$) ซึ่งมีคะแนนสูงที่สุด

อภิปรายผล

การนำองค์ประกอบของสารพันธุกรรมทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ มาใช้ในการพัฒนาเนื้อเรื่องภาพยนตร์สั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เสนอเนื้อหาวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยว โดยสอดแทรกในการดำเนินเรื่องด้วยการเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 20 แห่ง ใน 4 จังหวัด ดังนี้

1) ความยืดหยุ่น คือ การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่กำหนดไว้ หากพบว่าไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นน่าสนใจจะแวะท่องเที่ยวทันที ยกตัวอย่างในฉาก เต๋อ กำลังเดินทางไปอุทยานแห่งชาติน้ำพองเขื่อนอุบลรัตน์ อำเภอบุณฑล จังหวัดขอนแก่น ระหว่างเดินทางพบร้านกาแฟริมเขื่อน อุบลรัตน์ จึงแวะรับประทานอาหารและดื่มกาแฟ ใช้เวลาที่ร้านกาแฟจนเย็น เดินทางผ่านจุดชมวิว ช่องเขาขาด จึงแวะถ่ายภาพทัศนียภาพช่วงเวลาคดงวาทิตย์ตกที่ทะเลสาบเหนือเขื่อนโดยมีภูเก้าภูพานคำเป็นฉากหลัง ก่อนเดินทางต่อไปยังเขื่อนอุบลรัตน์

2) ความสนุก คือ ถ่ายทอดความสนุกสนานของผู้คนตามธรรมชาติแทรกไว้ในดำเนินเรื่อง ถ่ายทำพฤติกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์ของตัวละครหลักกับผู้คนในท้องถิ่น เพื่อให้ได้บรรยากาศตามธรรมชาติ ยกตัวอย่างในฉาก เต๋อ แวะเที่ยวชมสวนสัตว์ขอนแก่น อำเภอเขาสวนกวาง จังหวัดขอนแก่น ได้พบกับกลุ่มเด็กนักเรียนชั้นประถมโรงเรียนในท้องถิ่น ได้ร่วมกิจกรรมกับเด็ก ๆ ย้อนวัยไปเป็นเด็กอีกครั้ง

3) ความมีรสชาติ คือ ในแต่ละจังหวัดมีอาหารประจำท้องถิ่นที่มีหน้าตาและรสชาติเฉพาะตัว ซึ่งอาหารนับเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ยกตัวอย่างในฉาก เต๋อ แวะรับประทานอาหารท้องถิ่นที่แพกลางน้ำท่องเที่ยว อ่างเก็บน้ำห้วยพุงใหญ่ อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

4) ความเป็นมิตร คือ ตัวละครหลักสอบถามเส้นทางจากผู้คนเพื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และสอบถามเรื่องราวในสถานที่นั้น ๆ ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของผู้คนในท้องถิ่นที่มีความเป็นมิตรกับคนต่างถิ่น ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ ยกตัวอย่างในฉาก เต๋อ แวะไหว้พระที่วัดภูค่าว อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้พบกับกลุ่มหญิงชาวสวามวาทิตกำลังถอนหญ้าบริเวณลานรอบอุโบสถ และได้เข้าไปช่วยถอนหญ้าและพูดคุยถึงความเป็นมาของวัดเก่าแก่แห่งนี้

5) การเติมที่กับชีวิต คือ ภาพรวมของการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ใช้ชีวิตเรียบง่าย การได้สื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิดกับผู้อื่น ทำให้ตัวละคร เต๋อ เจริญเติบโตทางความคิด สามารถตัดสินใจเลือกเส้นทางชีวิตของตนเองได้อย่างเหมาะสม

ซึ่งเนื้อหาของภาพยนตร์สั้นเรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่มีมูลค่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีส่วนผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มภาพยนตร์ แอนิเมชันและเกม (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559.) ที่สามารถใส่เนื้อหาด้านวัฒนธรรมไทยลงไปได้ เพื่อสร้างจุดขายทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรมที่ทำให้เกิดประสิทธิผล (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2559.)

ผลการประเมินผลภาพยนตร์สั้น เรื่อง เส้นทางใจ (Mind Way) ของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ มีคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 81.66 จากหลักเกณฑ์คะแนนรวม 100 และได้รับรางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2 ประเภทภาพยนตร์สั้น ระดับนักศึกษาและประชาชนทั่วไป จากจำนวนภาพยนตร์สั้นที่ส่งเข้าร่วมการประกวดทั้งหมด จำนวน 56 เรื่อง และจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ชมภาพยนตร์สั้น มีผลการประเมินความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ดังนั้นจึงสามารถนำภาพยนตร์สั้นไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ควรนำไปต่อยอดเกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทั้งผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการธุรกิจและลูกค้าด้านการท่องเที่ยว สามารถสื่อสารหรือทำธุรกรรมได้โดยตรง โดยผู้พัฒนาแพลตฟอร์มทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเท่านั้น

การพัฒนาแพลตฟอร์มนั้น ต้องพิจารณาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ในดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Humanity) การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) การเชื่อมโยงทุกสิ่งด้วยอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Internet of Things & Embedded Technology) ซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลได้ในที่สุด

References

- Best, John W. Research in Education. New Jersey: Prentice Hall, Inc., 1981.
- Charoenwongsak, K. (2016). “kānchai thun thāng watthanatham pen phalang khapkhluān pai sū Maesincee, S. (2016). “kān prachum sammanā rūāng kān khapkhluān kāndamnoēn ngān tām nayōbāi prathēt Thai 4.0 dān watthanatham” [The Symposium of Activities Operations Thailand 4.0 Culture Policy]. Bangkok: Ministry of Culture. 2016 August 1
- Malisuwan, S. (2017). “kān plīan phān sū dīchitōṇ khana kammakān kitchakān krāchāisīāng kitchakān thōrathat lāe kitchakān thōrakhamanākhom hāēng chat” [Transition to Digital Board of Directors National Broadcasting and Telecommunication Commission] 2017October6(ebook)May13,2018from:<https://www.nbtc.go.th/getattachment/News/Information/28909/Digital-Transformation.pdf.aspx>
- prathēt Thai 4.0” [The use to cultural capital as an innovation leading to Thailand 4.0]. May 26, 2018 from: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/639568>
- Raphiphun, P. (2017). “Thailand sī . sū khū ‘arai - thailāēn sī . sū khū ‘arai” [What is Thailand 4.0? - What is Thailand 4.0?]. May 10, 2018 from: <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>
- WICE Logistics Public Company Limited, (2018.) Digital Thailand 4.0. 1 November 2018 Retrieved on June 19, 2018 from: <http://www.wice.co.th/2018/01/11/digital-4-0-technology/>
- Wiwatsinudom, R. (2003). “nak sāng sāng nang nang san” [Builder Create a movie short film]. Bangkok: Motion Pictures and Still Photography Department. Faculty of Communication Arts. Chulalongkorn University.