



นาฏกรรมไทย:
ศิลปะศาสตร์ไร้พรมแดนในการสร้างภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ
THAI PERFORMING ARTS:
THE STATE OF BORDERLESS ARTS TO PROMOTE THAILAND ABROAD

บุญญพัชรเกษม เสริมวัฒนากุล, และ สุรพล วิรุฬห์รักษ์

Boonpachakasem Sermwatanakul and Surapone Virulrak

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Fine Arts, Chulalongkorn University

E-mail : jjj1999@hotmail.com

Received May 21, 2022; Revised June 21, 2022; Accepted August 28, 2022

บทคัดย่อ

นาฏกรรมไทยนั้นเป็นศิลปะศาสตร์ไร้พรมแดนในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในต่างประเทศ เพราะงานนาฏกรรมไทยนั้นนับว่าเป็นศิลปะการแสดงที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติไทย และเป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม โดยเฉพาะในการดำเนินนโยบายการทูตวัฒนธรรมของไทย นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2443 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีคณะนาฏศิลป์ของไทยได้เดินทางไปจัดแสดงในต่างประเทศเป็นครั้งแรก ชื่อว่าคณะบุษย์มหินทร์ของนายบุษย์ เฟื่องกุล ซึ่งได้เดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าโลกที่กรุงปารีส ฝรั่งเศส และตระเวนแสดงหลายประเทศในยุโรปซึ่งในปัจจุบันกระทรวงการต่างประเทศเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินนโยบายการทูตวัฒนธรรมและใช้นาฏกรรมไทยเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศโดยการจัดงานเทศกาลไทย โดยสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ทั่วโลก จากกรณีศึกษาของการจัดงานเทศกาลไทย ณ สาธารณรัฐชิลี โดยการเสวนากลุ่มออนไลน์กับอดีตเอกอัครราชทูต ณ กรุงซานติอาโกในฐานะเจ้าภาพงาน อาจารย์ผู้ควบคุมการแสดงในฐานะผู้สร้างสรรค์การแสดง และผู้จัดงานในฐานะผู้ประสานการจัดงาน ได้ข้อสรุปสำคัญว่างานนาฏกรรมไทยนั้นเป็นเครื่องมือที่ดีในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เพราะนาฏกรรมไทยเป็นศิลปะการแสดงที่มีความงดงามเชิงศิลปะ มีความเป็นเลิศสมเป็นมรดกอาเซียน มีความวิจิตรในความเป็นไทย และที่สำคัญนาฏกรรมไทยเป็นศิลปะศาสตร์ไร้พรมแดนที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ชมต่างวัฒนธรรมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

คำสำคัญ: นาฏกรรมไทย, ศิลปะศาสตร์ไร้พรมแดน, การทูตวัฒนธรรม, ภาพลักษณ์ประเทศไทย

Abstract

This academic document is to study Thai Performing Arts as the state of borderless arts to promote Thailand abroad. It represents the identity of the Thai nation and is a tool for cross-cultural communication, especially in the implementation of cultural diplomacy policies of Thailand. In 1900 during the Reign of King Chulalongkorn, there was a Thai dance troupe, named Bussamahin, under Mr. Bus's management, to



perform in Paris Exposition Universelle and exhibit in other European countries. Nowadays, the Ministry of Foreign Affairs of Thailand has implemented Thai Performing Arts as a tool to create an image of Thailand by organizing Thai festivals around the world. This case study conducted by online focus group discussion with the former Thai Ambassador in Chile as *the Producer*, the head of Thai cultural group as *the Performer*, and the manager of cultural event company as *the Programmer* resulted in the conclusion that Thai Performing Arts is significant tool for cross-cultural communication because of their beauty, brilliance, benignity and, more importantly, borderless to impress audiences in cross-cultural audiences. This study is useful to confirm that Thai Performing Arts can create a good memory and image of Thailand and, certainly, should be a soft power of Thailand.

Keywords: Thai performing arts, Borderless arts, Cultural diplomacy, Thai image.

บทนำ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา บทบาทของนาฏกรรมไทยนั้นมีส่วนในการสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติและเป็นสื่อการแสดงที่ช่วยส่งเสริมในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะงานนาฏกรรมไทยได้ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านการดำเนินการนโยบายทางการทูตวัฒนธรรมของกระทรวงการต่างประเทศ

ในหนังสือนาฏกรรมชาวยุโรป (อเนก นาวิกมูล, 2545) ตามคำบอกเล่าของหม่อมศรีพรหม กฤดากร อายุ 12 ขวบ เป็นบุตรบุญธรรมของพระพรหมสุรินทร์ (สวัสต์ ภูมิรัตน์) ข้าหลวงจากกรุงเทพฯ ซึ่งเดินทางไปประจำอยู่ในสำนักเอกอัครราชทูตไทยแดนรัสเซีย เธอได้บันทึกเหตุการณ์ในวัยเยาว์ ณ ขณะนั้นว่า “...คณะนาฏศิลป์มีสมาชิก 35 คน เป็นหญิง 23 ชาย 12 ผู้หญิงเป็นทั้งตัวละครและนางรำ ส่วนผู้ชายเล่นดนตรี วงดนตรีประกอบด้วยเครื่องดนตรีไทยโบราณ เช่น ข้องวง ซึ่งประกอบด้วยฆ้องโลหะระดับเสียงต่าง ๆ จำนวนมารายรอบติดกับตัวไม้เป็นครึ่งวงกลม ระนาด ปี่ ชลุตม์ ฉิ่ง ฉาบ นางรำแต่งเครื่อง ทรงลงกรณ์ สวมชุด มงกุฎ เพียบพร้อมด้วยเครื่องประดับประดา ต่างทั้งร้องทั้งรำ ทรงตัว โดยย้ายเคลื่อนไหว ตัดแข้งตัดขา เป็นท่าต่าง ๆ ไปตามจังหวะดนตรี บางคราวมือโบกรำไปข้างหลังเกือบจรดหลัง พวกเราซึ่งคุ้นเคยแต่ระบำรำเต้นแบบยุโรปมาแต่เล็กแต่น้อย ก็ต้องทำใจลืมทัศนคติที่มีต่อนาฏศิลป์ของเราเองไว้ชั่วขณะเพราะนาฏศิลป์ไทยนี้แม้จะดูแปลกตา แต่ทว่าน่าสนใจ โดยเฉพาะลีลาท่ารำของนางรำ ดูแล้วเป็นธรรมชาติและมีเสน่ห์กว่านาฏศิลป์ของเราเสียอีก”

ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันที่สยามได้ร่วมงานมหกรรมสินค้าโลก Paris Exposition Universelle, 1900 ที่จัดเป็นงานใหญ่กลางกรุงปารีส ในหนังสือศิลปวัฒนธรรม ได้บันทึกไว้ว่า “ภายหลังจากเดินทางไปฝรั่งเศส และได้เห็นอัลบั้มการประมวลภาพสิ่งของไทยส่งไปร่วม Paris EXPO 1900 หรือ งานแสดงสินค้านานาชาติที่ปารีส พ.ศ. 2443 ฝรั่งเศสเป็นเจ้าภาพ สยามเองก็ได้รับเชิญไปร่วมงานดังกล่าว หากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงให้ชะลอการตอบกลับไว้ก่อนจนกว่าพระองค์จะเสด็จพระราชดำเนินไปเยี่ยมเยียนฝรั่งเศส และได้พบปะกับประธานาธิบดีฝรั่งเศสเสียก่อน กรมหลวงเทเว



วงศ์โรปการ เสนาบดีกระทรวงต่างประเทศ จึงทรงมีหนังสือลงวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2439 ไปยังนาย อาเดอรฟราน ทูตฝรั่งเศส แจ้งกลับไปตามพระราชประสงค์ของรัชกาลที่ 5” (อนก นาวิกมูล, 2543)

นอกจากนี้ ได้ปรากฏแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถึงเรื่อง แนวพระราชดำริในการจัดแสดงดังกล่าวว่า “...หัวใจของงานพิพิธภัณฑ์มีดังนี้ งานประชุมการค้าขาย ใหญ่ซึ่งรัฐบาลอุดหนุนบำรุงสินค้าพาณิชย์การขึ้น พวกที่จัดของไปตั้งก็เลือกของที่เป็นวิชาช่างหรือสินค้า หรือเครื่องจักรกลคิดใหม่โดยมากหรือของเก่าที่คาดว่าจะเป็นที่ต้องการของคนมาดูได้ส่งซื้อต่อไปเมื่อตรวจ ให้งามแล้ว ก็เป็นเครื่องโอ้อวดได้ จะได้ขายได้ต่อไป เพราะฉะนั้นต้องมีของล่อตาชักชวนให้ดูจึงจะ ขายของได้ อีกอย่างในบริเวณโรงแสดงมีที่กินดื่ม ที่ดูเล่นสนุกสนานคล้ายออกร้านภูเขาทอง แต่มีคุณสมบัติ กันมาก ฉะนั้นจึงเห็นว่า ของจะขายกับของที่จะส่งไปต้องเป็นของถูกเป็นของที่ระลึกจึงควรจัดตั้งนี้ ให้มีโรงแสดงห้องหนึ่ง ประดับประดาอย่างไทย ประดับอาวุธตามผนัง ตั้งโต๊ะและชั้นวางของ มีที่นั่งพัก กลางห้อง มีของมีราคาจัดแสดงและจำหน่าย มีคนแต่งเป็นไทยดูแลและจำหน่ายของลานหน้าโรงแสดง ถึงแม่น้ำ จัดเป็นสวนมีน้ำพุหรือบ้านเรือนไทย จัดแสดงโขนละครเล็กและทำขนมสาธิตและจำหน่ายใน แม่น้ำจะมีแพใหญ่อย่างไทยจอดในแพมีคนแต่งตัวอย่างไทยขายของต่าง ๆ อาจมีขั้วร้องตีโพนหรือตีด จะเข้ ของที่จะจัดไปมี 3 ประเภท คือ 1. ของดีงามที่ไปตั้งเป็นสง่า 2. สินค้าวิชาช่างที่คาดว่าจะมาหา สนใจ 3. ของขายได้ในราคาถูกน่ารักแปลกประหลาดเป็นของที่ระลึกโดยพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ทรงเป็นองค์ประธานจัดงาน และทรง ทดลองพระราชทรัพย์จ่ายไปก่อน แล้วค่อยจัดการคืนพระราชทรัพย์ที่เหลือ” (อนก นาวิกมูล, 2543)

คณะละครบุษย์มรินทร์

จากวารสารศิลปวัฒนธรรม ในบทความชื่อ “ละครเจ้าพระยามหิธรกับนายบุษย์มรินทร์” (อนก นาวิกมูล, 2563) ได้ระบุว่า “ละครไทยคณะแรกที่เก็บเงินค่าเข้าชมอย่างเป็นกิจจะลักษณะตั้งแต่ พ.ศ. 2425 คือ ละครของเจ้าพระยามหิธรศักดิ์ธำรง (เพ็ญ เพ็งกุล) ละครไทยคณะแรกที่ออกไปแสดง ยุโรปใน พ.ศ. 2443 คือ ละครคณะนายบุษย์ ซึ่งเป็นบุตรคนหนึ่งของเจ้าพระยามหิธร ท่านทั้งสองนี้ถือ ว่าเป็นบุคคลสำคัญทางการละครของชาติ เพราะได้ช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศไทยผ่านวิชาละคร อันสร้างสรรค์อย่างประณีต” นอกจากนี้ ในบทความนี้ได้กล่าวถึงเอกสารเรื่อง “คณะนาฏศิลป์หลวงจาก สยามมาแสดงในยุโรปครั้งแรก” ที่ได้รับจากคนไทยในเบอร์ลิน ซึ่งในเอกสารนั้น ผู้เขียนบทความได้ชี้ ชัดเจนว่า คณะนาฏศิลป์ดังกล่าวคือ คณะนายบุษย์มรินทร์ ที่ได้นำคณะนาฏศิลป์ดนตรีไทยรวมทั้งสิ้น 35 ชีวิต ไปเผยแพร่ศิลปะการแสดงของคนไทยที่ยุโรปเมื่อ พ.ศ. 2443 หรือ ค.ศ. 1900 อันเป็นช่วง เดียวกันกับที่ทางฝรั่งเศสมีงาน Expo อันยิ่งใหญ่ที่ปารีส ไทยเองได้ส่งสินค้าและชาวของต่าง ๆ ไปร่วม อวดชาวโลกด้วย” และได้อ้างอิงถึงหนังสือพิมพ์บางกอกสมัย ฉบับวันที่ 5 สิงหาคม ร.ศ. 118 (พ.ศ. 2442) น.16 ลงข่าวสั้น ๆ ไว้ดังนี้ “ละครไทยจะไปเล่นที่ยุโรป เราได้ทราบ เป็นข่าวเล่าลือว่า เจ้าหมื่นไวยวรนาถ (นายบุษย์มรินทร์) นั้นจะได้ควบคุมละครของท่านออกไปเล่นที่ประเทศยุโรป เพื่อ ในการที่กรุงปารีสมีการออกสืบบีแซนในปีนั้น ถ้าการเล่าลือนี้อาจจริง ๆ แล้วจะได้แลเห็นว่าประเทศสยาม เรานี้ยังไม่เคยมีผู้ใดที่จะสามารถอาจเอาละครออกไปเล่นถึงประเทศยุโรปเลย”



Die holländische Hoftheatertruppe im Zoologischen Garten zu Berlin.
Nach einer photographischen Aufnahme.

แผนภาพที่ 1 ภาพถ่ายนักแสดงคณะละคร “บุศย์มหินทร์” ณ กรุงเบอร์ลิน เยอรมัน ค.ศ. 1900
(ที่มา: เรือนไทย.วิชาการ.คอม, 2553)

จากข้อมูลที่ปรากฏในหนังสือนาฏกรรมสยาม ทำให้ทราบว่า “คณะละครบุศย์มหินทร์ได้เดินทางไปแสดงตามท้องที่ต่าง ๆ ดังนี้ เมืองอเล็กซานเดรีย ในอียิปต์ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2443 เบอร์กลอเดรสเดน เวียนนาอัมสเตอร์ดัม ลอนดอน เบอร์ลิน เดนมาร์ก (และต้องแสดงในปารีสในช่วงใดช่วงหนึ่ง) จากนั้นจึงไปแสดงที่กรุงเซนต์ ปีเตอร์สเบิร์ก นครหลวงของรัสเซีย (ในขณะนั้น) ออกแสดงใน เซนต์ ปีเตอร์สเบิร์กครั้งแรก เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม แล้วไปแสดงที่มอสโก ที่โอดเดซา (24 พ.ย.) แล้วเดินทางกลับเมืองไทย” (อเนก นาวิกมูล, 2545) และยังมีการกล่าวถึงว่า “รายการแสดงมี 19 ชุด ได้แก่ รำพัด โบก-รำหอก-รำแคนลาว-การละเล่นจับแมว-รำจิ้ง-รำเขมร-รำชาว” (อเนก นาวิกมูล, 2563)



แผนภาพที่ 2 ภาพด้านหน้าศาลาไทยในงาน Paris Exposition Universelle, 1900
(ที่มา: สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงปารีส, 2443)

ในเวลาต่อมามีคณะละครชาวสยามชุดที่ 2 เมื่อพ.ศ. 2467 เป็นการเดินทางของคณะละครชาวสยามชุดที่ 2 นำโดยนายแฟรงค์ฮิกส์กับ นายเซ่งกิมครามกำจร ทั้งสองคนนี้ได้ช่วยกันเขียนจดหมายข่าวเล่าการเดินทางอันตื่นเต้นสนุกสนานส่งมายังเมืองไทยอย่างละเอียด ผู้ที่ได้รับจดหมายคือนายสิน สิบญูเรือง หรือ “ทิดเขียว” นักพากย์คนแรก ๆ ของประเทศไทย ทิดเขียวคนนี้เป็นพ่อของพันคำ สิบญูเรือง อดีตพระเอกภาพยนตร์ หลังจากคณะละครชุดที่ 2 หมดสัญญา ทุกคนก็ได้เดินทางกลับในปี 2468 (อเนก นาวิกมูล, 2543)

จากการค้นคว้าเอกสารข้างต้นทำให้ทราบว่าการจัดแสดงงานนาฏกรรมไทยในต่างประเทศนั้นไม่ใช่เพิ่งมีไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา แต่มีการนำคณะนาฏศิลป์ไปแสดงในต่างประเทศเป็นครั้งแรกตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2443 เป็นเวลามากกว่าหนึ่งศตวรรษจากการย้อนเวลาแห่งอดีต ทำให้เราได้เห็นถึงความยากลำบากในการเดินทาง เป็นการไม่ง่ายเลยในการนำคณะนักแสดงนาฏศิลป์และดนตรีไทยตระเวนไปแสดงเป็นเวลาแรมเดือนในเมืองต่าง ๆ ในยุโรปสมัยนั้นและยังไม่รวมถึงการจัดชุดแสดงและอุปกรณ์สำหรับประกอบการแสดงรวมถึงการนำเสนองานนาฏกรรมไทยสู่สายตาผู้ชมชาวต่างประเทศที่ยังไม่เคยรู้จักเมืองไทยหรือไม่เคยคุ้นเคยกับวัฒนธรรมไทยมาก่อนเลยในชีวิต แต่กระนั้นสิ่งที่ชนรุ่นหลังได้มีโอกาสเรียนรู้ว่า นาฏศิลป์ที่เป็นส่วนหนึ่งของงานนาฏกรรมไทยได้ทำหน้าที่ในการนำเสนออัตลักษณ์และเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยในต่างประเทศ



ประเด็นที่ผู้เขียนอยากหยิบยกเพื่อมาศึกษาในครั้งนี้คือ บทบาทและแนวคิดสำคัญของ นาฏกรรมไทยกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เพราะนาฏกรรมไทยเป็นแขนงหนึ่งของการสื่อสารการ แสดงที่ได้นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะการใช้งานนาฏกรรม ไทยกับนโยบายการทูตวัฒนธรรม ภายใต้การดำเนินงานและความรับผิดชอบของกระทรวงการ ต่างประเทศ โดยสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ทั่วโลก ซึ่งในครั้งนี้จะสรุปการสัมภาษณ์แบบ Focus Group อดีตเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงซานติอาโก สาธารณรัฐชิลี ซึ่งเป็นในฐานะเจ้าภาพจัด งาน หัวหน้าคณะนาฏศิลป์จากวิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทองในฐานะหัวหน้าทีมนักแสดง และผู้เขียนใน ในฐานะผู้ดำเนินการ ในการจัดงานเทศกาลไทยชื่อว่า “Fantasia de Tailandia”

นาฏกรรมไทยกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

เมื่อนานาฏกรรมไทยได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2443 ทำให้ต้องกลับมาทำความเข้าใจนิยามคำว่า “วัฒนธรรม” ซึ่งเป็นการบัญญัติศัพท์ขึ้นใหม่ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี มาจาก คำศัพท์ภาษาอังกฤษคือ “Culture” รากศัพท์ภาษาละตินว่า “Cultura” ซึ่งมีความหมายว่า “การเพาะปลูกหรือการปลูกฝัง” และ “มนุษย์เป็นผู้ปลูกฝังอบรมบ่มนิสัยให้เกิดความเจริญงอกงาม” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2548) คำว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำสมาสระหว่างบาลี สันสกฤต มาจาก คำว่า “วัฒนธรรม” ที่มีความหมายว่า เจริญงอกงาม รุ่งเรือง ส่วนคำว่า “ธรรม” หมายถึง กฎ ระเบียบหรือข้อปฏิบัติ ซึ่งเมื่อรวมความแล้ว คำว่า “วัฒนธรรม” หมายถึงความเป็นระเบียบ หรือ ข้อปฏิบัติที่ทำให้เจริญรุ่งเรือง อาทิ วัฒนธรรมไทยที่คนไทยมีความภาคภูมิใจและได้รับการยกย่องจาก นานาประเทศ ได้แก่ ภาษาไทย ศาสนา การแต่งกาย ศิลปกรรม ดนตรีไทย และนาฏศิลป์ไทย (อมรรัตน์ เทพกำปนาท, 2551)

จากหนังสือนาฏยประวัติ ได้กล่าวถึงวงจรของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเกิด การพัฒนา และการเสื่อมสลายทางนาฏศิลป์ (นาฏศิลป์) ซึ่งเป็นวงจรแห่งการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และหนึ่งใน สถานการณ์ที่มีผลต่อการเกิดวงจรนี้ คือ “การสื่อสาร” เนื่องจาก “นาฏศิลป์นับเป็นการสื่อสารชนิด หนึ่ง เพราะนาฏศิลป์เป็นการแสดงที่อาศัยเนื้อหา คือ เรื่องราวอยู่เป็นอันมาก โดยเฉพาะในการแสดง ละครเป็นเรื่องเป็นราว” ดังนั้นจึงมีอาจปฏิเสธได้เลยว่า นาฏศิลป์หรือนาฏกรรมนั้นเป็นการสื่อสาร การแสดงที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาเนิ่นนานที่สุดก่อนสื่อชนิดอื่น ๆ จะเข้ามามีบทบาทเป็นการสื่อสาร ระหว่างบุคคลที่จำเป็นต้องมีผู้แสดงและผู้ชม แม้จะเปลี่ยนรูปแบบในการจัดแสดงอย่างไร องค์ประกอบ ในการสื่อสารที่ไม่เคยเปลี่ยนไปเลย ก็คือผู้ส่งสาร คือ ผู้แสดง สาร คือ เนื้อหาสาระและความคิดต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวดำเนินเรื่อง สื่อ ก็คือ การแสดงนาฏศิลป์บนเวที และผู้รับสาร คือ ผู้ชมหน้าเวที นั่นเอง” (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2547)

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อ “นาฏศิลป์ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ในเวทีประชาคมอาเซียน: รายงานการวิจัย” พบว่า การใช้นาฏศิลป์เป็นสื่อเพื่อเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียนนั้น จะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาเลือกสรร ชุดการแสดงให้มีความหลากหลายและเหมาะสมตามวาระโอกาสของงานโดยทีมผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ทางด้านนาฏศิลป์ และสำหรับในเรื่องการจัดชุดการแสดงนั้นนอกจากนี้การศึกษายังพบว่า จะต้อง



สามารถถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมความเป็นไทยออกไปได้ อันเป็นการสื่อสารผ่านองค์ประกอบทางการแสดงต่าง ๆ อาทิ เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์การแสดง ดนตรี และลีลาท่าทางการแสดง โดยในแต่ละชุดการแสดงจะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นของตัวเอง ในการศึกษาวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นว่า บทบาทและความสำคัญของนาฏศิลป์นั้นยังคงดำรงอยู่ แม้ว่ากาลเวลาจะล่วงเลยมาสู่ยุคสังคมออนไลน์ด้วยเอกลักษณ์และคุณสมบัติเฉพาะตัวของสื่อนาฏศิลป์ และชุดการแสดงนาฏศิลป์ที่ในงานวิจัยนี้แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 เป็นการอนุรักษ์ สืบทอดชุดการแสดงแบบดั้งเดิม รูปแบบที่ 2 เป็นการดัดแปลงรูปแบบการละเล่น พื้นบ้านและยกระดับให้มีความงดงามมีแบบแผนในการแสดงออก รูปแบบที่ 3 เป็นชุดการแสดงที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ (ญาณิศา บุญประสิทธิ์, 2559)

สำหรับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมคือ การสื่อความหมายระหว่างคนที่มีภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันโดยมีองค์ประกอบ 2 ประการ ได้แก่ องค์ประกอบของการสื่อสารและองค์ประกอบของวัฒนธรรม ในส่วนขององค์ประกอบของการสื่อสารยังมีองค์ประกอบย่อย คือ การใช้ภาษา (วัจนภาษา) รูปร่างหน้าตา ท่าทางและน้ำเสียง (อวัจนภาษา) ส่วนองค์ประกอบของวัฒนธรรมคือความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตและคุณค่าต่าง ๆ ในชีวิตของคู่สื่อสาร ซึ่งเป็นทั้งส่วนที่ส่งเสริมหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมนั้นจะมีส่วนสำคัญในการช่วยให้การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมอื่นที่มีความแตกต่างโดยจะต้องเคารพวัฒนธรรมของคู่สื่อสารการทำความเข้าใจในวัฒนธรรมของคู่สื่อสารจะช่วยให้การสื่อสารประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี (Hall, 1990)

สำหรับปัจจุบันแนวความคิดที่กำลังเข้ามามีส่วนสำคัญในการการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมไทยและการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ คือ “Soft power” แนวคิดที่พัฒนาโดยศาสตราจารย์โจเซฟ เนย์ (Nye, 1990) นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดได้ให้คำนิยามคำว่า Soft Power หมายถึงอำนาจที่ทำให้ชาติอื่นปฏิบัติตามความต้องการได้ โดยไม่ต้องใช้กำลังคุกคามหรือมีข้อแลกเปลี่ยน (อสิ ม้ามณี, 2555) โดยเป็นการใช้พลังที่น่าดึงดูด (Attractive Power) เพื่อดึงใจไปสู่การยอมรับโดยดุษฎี (Acquiescence) ซึ่งจะแตกต่างไปจากการใช้อิทธิพล (Influence) ที่ต้องอาศัยกำลังหรืออาวุธ (Hard Power) (Nye, 1990) ดังนั้นในเรื่อง Soft Power มีแนวโน้มในการใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงและสร้างอิทธิพลต่อความคิดของสังคมและประชาชนในประเทศอื่นโดยอาศัยแหล่งทรัพยากรพื้นฐาน 3 อย่าง ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ในสถานที่ที่สร้างความประทับใจให้คนอื่นได้ คำนิยามทางการเมือง (Political Values) เมื่อผู้คนมีชีวิตอยู่ได้ไม่ว่าในประเทศตัวเองหรืออยู่ในต่างประเทศ และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) เมื่อคนได้ยอมรับว่าปฏิบัติถูกกฎหมายและมีอำนาจทางศีลธรรมเมื่อวัฒนธรรมของประเทศหนึ่ง ที่ประกอบด้วย คำนิยมสากลและนโยบายในการประชาสัมพันธ์คำนิยมและความสนใจที่ผู้อื่นพร้อมช่วยส่งต่อให้ สิ่งนี้จะช่วยเพิ่มความน่าจะเป็นของผลลัพธ์ที่ต้องการเพราะว่ามีสัมพันธ์ภาพที่เกิดจากความประทับใจและผลงานที่ได้รับการสร้างสรรค์ (Nye, 2004)

ในขณะที่อเล็กซานเดอร์วูว์ริง (Vuving, 2009) ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบในการสร้าง Soft Power ที่จะสร้างความประทับใจได้ ต้องประกอบด้วยกระแสอำนาจทั่วไป (Generic Power Currencies) ที่จะประกอบสำหรับคำว่า “Power” และ “Softness” เพื่อสร้างความจดจำและตรึงใจ มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความงดงาม (Beauty) ความเป็นเลิศ (Brilliance) และความละเมียดละไม (Benignity) ซึ่งหากพิจารณาตามแนวคิดนี้ เนื้องานของนาฏกรรมไทยและวัฒนธรรมไทยจะเป็น



องค์ประกอบสำคัญในการเป็นเครื่องมือ Soft Power ในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ที่นำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ งานนาฏกรรมไทยจึงทำหน้าที่ได้เป็นมากกว่าศิลปะการแสดง

สำหรับประเทศไทยในการศึกษาของอุไรวรรณ คุหะเปรมะ (2556) เรื่อง “การใช้ Public Diplomacy เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับตะวันตก” ก็ได้พบว่าประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ได้แก่การมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง การมีนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศ มีนโยบายเศรษฐกิจที่เปิดเสรีและมีระบบการศึกษาที่มีมาตรฐาน ทั้งหมดเป็นศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และจากการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการทรัพยากร Soft Power ของไทย” ได้กล่าวถึงประเด็นการนำเสนอทรัพยากร Soft Power ผ่านกลไกทางการทูต เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยและการสร้างกระแสความนิยมไทยเพื่อแปลงความนิยมสู่ผลประโยชน์ด้านอื่น โดยเฉพาะด้านการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว โดยมีสาธารณชนต่างประเทศเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกลไกทางการทูตหลายแบบ อาทิ การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) (รญาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์, 2561)

ดังนั้น หากพิจารณาในประเด็นว่างานนาฏกรรมไทยนั้น เป็นสื่อศิลปะการแสดงที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมมากกว่าศตวรรษ นาฏกรรมไทยสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ความเป็นไทย และประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทยได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกับวัฒนธรรมไทย ประการที่สำคัญ แต่ละชาติต่างก็มีลักษณะและค่านิยมทางวัฒนธรรมแตกต่างกันไม่ซ้ำกัน เมื่อมีกระบวนการสร้างสรรค์ในการปรับปรุงชุดการแสดงและประดิษฐ์รูปแบบการนำเสนอขึ้นใหม่ ที่สอดคล้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเพื่อความเหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ ดังนั้นการนำเสนองานนาฏกรรมไทยในต่างประเทศจึงต้องทำความเข้าใจในพฤติกรรม ค่านิยม และรสนิยมของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายต่างวัฒนธรรม เพื่อให้งานนาฏกรรมไทยสามารถสื่อสารข้ามวัฒนธรรมไปยังกลุ่มผู้ชมทุกกลุ่มได้อย่างน่าประทับใจและน่าจดจำ งานนาฏกรรมไทยจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดำเนินงานนโยบายการทูตวัฒนธรรมของประเทศไทยในปัจจุบัน

นาฏกรรมไทยกับนโยบายการทูตวัฒนธรรม

การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) นั้น เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการทูตที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย โดยการนำวัฒนธรรม (Culture) จากประเทศของตนไปเผยแพร่ต่อประเทศอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมของประเทศตน (พีชภพ มงคลนาวิน, 2559) ดังนั้น การทูตวัฒนธรรมจึงส่งเสริมการเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักและชื่นชอบแก่ชาวต่างประเทศเพื่อให้มีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและประเทศไทยกระทรวงการต่างประเทศจึงให้ความสำคัญนโยบายการทูตวัฒนธรรม โดยเฉพาะในระดับประชาชนกับประชาชนโดยมี “หัวใจของงานการทูตวัฒนธรรม” คือทำอย่างไรที่จะให้ชาวต่างชาติโดยเฉพาะในระดับประชาชนทั่วไปนั้นเกิดความนิยมชมชอบความเป็นไทย เกิดความรู้สึกที่ดีและความเข้าใจอันดีต่อประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินนโยบายต่างประเทศทั้งทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรมที่มีรูปแบบที่หลากหลาย” (สโสมสรสรณมัย, 2541) ประเทศไทยจึงให้ความสำคัญต่อ



การใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดยเน้นดำเนินการหลักในลักษณะ 3 ประการ ได้แก่ การสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนชาวไทยและต่างประเทศ การแก้ภาพพจน์ของประเทศไทย และการเผยแผ่วัฒนธรรมไทยในต่างประเทศ (อภิรักษ์ หะสุนทร, 2561)

นโยบายการทูตวัฒนธรรมจึงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นในด้านการมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและประทับใจ มีประวัติศาสตร์และอารยธรรมที่เจริญรุ่งเรืองสืบทอดมาเป็นระยะเวลายาวนานเป็นสังคมรักความสงบ มีสถาบันพระมหากษัตริย์อันเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวไทยทั่วประเทศ และมีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม โดยมีหน่วยงานที่จะทำหน้าที่นี้ก็คือสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ทั่วโลกของไทย ในฐานะผู้นำของทีมประเทศไทย (Team Thailand)

นาฏกรรมไทยในเทศกาลไทยในต่างประเทศ

ในการศึกษาสำหรับบทความครั้งนี้ ในส่วนของการจัดการแสดงงานนาฏกรรมไทยในต่างประเทศ ผู้ศึกษาได้ยกยิบกรณีตัวอย่างของการจัดงานนาฏกรรมไทยครั้งล่าสุดที่สาธารณรัฐชิลี โดยชื่องานว่า “Fantasia de Tailandia” ระหว่างวันที่ 4-8 ธันวาคม 2561 ตามโครงการส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยในสาธารณรัฐชิลี ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซานติอาโก ได้จัดงานวันชาติและงานเทศกาลไทยควบคู่กันไป เนื่องจากราคาค่าโดยสารตัวเครื่องบินเป็นจำนวนเงินสูงมาก จึงจำเป็นต้องวางแผนในการจัดจำนวนนักแสดงและนักดนตรี โดยมีการจัดการแสดงทั้งในห้องจัดเลี้ยง โรงแรม และเวทีกลางแจ้ง รวม 4 แห่งซึ่งได้รับผลตอบรับการแสดงดีมาก ได้รับความสนใจจากผู้ชมชาวชิลีเป็นจำนวนมาก สิ่งที่เป็นตัวชี้วัดได้จากการสังเกตเมื่อจบการแสดงถูกรอบผู้ชมจะลุกขึ้นยืนปรบมือให้เป็นเกียรติแก่นักแสดงด้วยความชื่นชม ชื่นชอบและประทับใจ

จากการสัมภาษณ์ Focus Group เรื่องการจัดงานเทศกาลไทยที่ประเทศชิลี ซึ่งประกอบด้วยนางศรிகานต์ พลมณี อดีตเอกอัครราชทูต ณ กรุงซานติอาโก ประเทศชิลี เจ้าภาพผู้จัดงานเทศกาลไทย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขสันติ แวงวรรณ อาจารย์วิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในฐานะหัวหน้าคณะและผู้กำกับการแสดง และผู้เขียน ในฐานะผู้ประสานงานหลักของการจัดเทศกาลไทย (ศรிகานต์ พลมณี และสุขสันติ แวงวรรณ, 2564) ได้ข้อสรุปว่า

นาฏศิลป์ไทยก็ยังเป็นจุดเด่นที่สุดของการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทย แม้ครั้งนี้เป็นการจัดงานเทศกาลไทย ครั้งที่ 2 ก็ตาม แต่กระนั้นสถานเอกอัครราชทูตต้องการให้เพิ่มการเข้าถึงผู้ชมชาวชิลีในหลายเมือง ทั้งนี้เพื่อให้คุ้มค่ากับงบประมาณและเวลาในการจัดงานเทศกาลไทย ดังนั้น จึงได้จัดการแสดงทั้งหมด 4 แห่ง โดยได้ออกแบบการแสดงที่อิงกับวัฒนธรรมของวิถีชีวิตของคนพื้นเมืองชาวชิลีชอบขี่ม้า สนุกสนาน ชอบแสดงความเป็นท้องถิ่น สีสันสวยงามและชื่นชอบความสนุกสนาน



แผนภาพที่ 3 การแสดง ณ โรงละคร Centro Cultural Carabineros de Chile, San Tiago
(ที่มา: ตะวัน บัววัฒนา, 2561)

ทางสถานเอกอัครราชทูตมีความประสงค์แต่ต้นว่าไม่อยากให้มีการแสดงสำเร็จรูปแบบ “Frozen Food” เป็นการแสดงทั่วไปที่ผู้ชมสามารถดูจากที่ไหนก็ได้ต้องการรูปแบบการแสดงให้เป็นแบบเฉพาะสำหรับแต่ละกลุ่มผู้ชมท้องถิ่น (Tailor-made Design) ในแต่ละพื้นที่ โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดในการจัดงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ขึ้นอยู่กับการทำความเข้าใจของทั้ง 3 ฝ่าย คือ 1. เจ้าภาพของงาน (Producer) โดยสถานเอกอัครราชทูต 2. ทีมนักแสดง (Performer) คือ หัวหน้าคณะหรือผู้กำกับการแสดง และ 3. ผู้จัดงาน (Programmer) คือ บริษัทเอกชนที่รับจ้างในการดำเนินงานและประสานงาน เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของงาน พิจารณาข้อจำกัดในการจัดงานและร่วมกันวางแผนงานในทุกขั้นตอน องค์ประกอบของจุดเริ่มต้นที่ดีที่สุดในการดำเนินงานคือ การสื่อสารระหว่างกันของทุกฝ่าย (Communication) เพื่อจะได้สร้างสรรค์รูปแบบการแสดงที่ตรงกลุ่มเป้าหมายทางวัฒนธรรม (Creation) และการแบ่งหน้าที่ในการทำงานของแต่ละฝ่าย (Command) จึงจะประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



แผนภาพที่ 4 การแสดงนาฏกรรมไทย ณ Teatro Regional de Rangua, Rangua
(ที่มา: ตะวัน บัววัฒนา, 2561)

สำหรับการจัดการแสดงเทศกาลไทยที่ชิลีนัน จึงได้จัดให้มีรูปแบบที่หลากหลาย คือ แบบแรก อนุรักษ์ดั้งเดิม เป็นการแสดงโขนยกรบและระบำ การแสดงแต่ละชุดไม่เกิน 3 นาที และมีการนำเอาละครหุ่นหนุมานมาใช้ร่วมการแสดงกับนักแสดงจริงในการแสดงชุดหนุมานจับสุพรรณมัจฉาเพื่อใช้หุ่นและการเชิดหุ่นนั้นให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมกับการแสดง มีความตื่นเต้นและประทับใจ แบบที่ 2 การละเล่นพื้นบ้าน 4 ภาค ที่แสดงอัตลักษณ์และความหลากหลายวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทยในแต่ละภูมิภาค ที่เน้นความสนุกสนาน มีสีสัน และรวดเร็วกระชับและแบบที่ 3 การแสดงที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ คือ ระบำอศวิลลา เพราะชาวชิลีมีความผูกพันกับม้าที่ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางมาอย่างช้านาน และระบำสัมพันธ์ไมตรีไทย-ชิลี ที่เน้นการใช้ธงชาติของทั้งสองประเทศเป็นสัญลักษณ์แทนความสัมพันธ์แห่งมิตรภาพที่ดีของทั้งสองประเทศ

สำหรับการจัดแสดงงานนาฏกรรมไทยที่ชิลีนันได้ ใช้ผู้แสดง 10 คน (รวมหัวหน้าคณะนักแสดง) แบ่งเป็นชาย 5 คน หญิง 5 คน และนักดนตรีไทย 3 คน แบ่งรูปแบบการแสดงให้มีความต่อเนื่อง ชุดการแสดงนั้นเน้นเอกลักษณ์ของนาฏศิลป์ในแต่ละแบบตามขนบธรรมเนียมไทยทั้งดงาม นักแสดงเป็นเด็กรุ่นใหม่เป็นนักเรียนและนักศึกษาของทุกระดับจากวิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง นักแสดงทุกคนได้รับการเลือกสรรมาอย่างดี มีฝีมือในการแสดงอันหลากหลายรูปแบบ และมีทัศนคติที่ดีในการทำงานเป็นทีม เนื่องด้วยตามกำหนดการแสดงทั้งโครงการนั้น ต้องมีการจัดแสดงแทบทุกวันและในหลายเมืองที่ห่างไกลเรียกได้ว่าภายในระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์นั้น ต้องจัดการแสดงแทบทุกวันและไม่ซ้ำสถานที่ คณะนักแสดงต้องเดินทางไปจัดแสดงในหลายเมืองที่ห่างไกลในแต่ละวัน แต่ละเมื่อนั้น ผู้ชมต่างก็มีความหลากหลายของสถานภาพทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น ในส่วนผู้ชมในกรุงซานติอาโกซึ่งเป็น



เมืองหลวงและเป็นศูนย์กลางของประเทศ ผู้ชมหลายคนเคยดูการแสดงนาฏกรรมไทยผ่านตามาก่อน เนื่องจากทางสถานเอกอัครราชทูตไทยได้เคยนำคณะนาฏศิลป์ไทยมาจัดแสดงในปีก่อนหน้านั้น และผู้ชมยังคงประทับใจจึงติดตามชมการแสดงอีกในปีถัดมา

แต่สำหรับผู้ชมบางกลุ่ม อาทิ ผู้ชมในเมือง San Antonio แคว้น Bio Bio ซึ่งเป็นเมืองท่าหลักทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงซานติอาโกนั้น เป็นกลุ่มผู้ชมท้องถิ่นที่ไม่เคยชมการแสดงนาฏกรรมของไทยหรือของชาติอื่นใดมาก่อนเลย จึงนับว่าครั้งนี้เป็นครั้งแรกของชาวเมืองนี้ที่ได้มีโอกาสชมการแสดงของชาวต่างชาติที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันจากคนละมุมโลก



แผนภาพที่ 5 การแสดงชุดหัตถ์ลีลาบนเวทีกลางแจ้ง เมือง San Antonio แคว้น Bio Bio
(ที่มา: ตะวัน บัววัฒนา, 2561)

บทสรุปที่สำคัญของการศึกษาครั้งนี้ งานนาฏกรรมไทยเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นศิลปะการแสดงที่มีความงดงามในเชิงศิลปะการแสดง (Beauty) มีความล้ำเลิศสมกับเป็นการแสดงของนักแสดงมืออาชีพ (Brilliance) และมีความวิจิตรละมุนละไมของความเป็นไทย (Benignity) และที่สำคัญที่สุดนาฏกรรมไทยนั้นเป็นศิลปะศาสตร์ที่ไร้พรมแดน (Borderless) เพราะเป็นสื่อการแสดงในการสร้างความประทับใจแก่ผู้ชมได้ทุกกลุ่มและทุกวัฒนธรรม ช่วยสร้างความจดจำและภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทยในต่างประเทศทั้งในความมีรากเหง้า เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ตกทอดมาอย่างยาวนานหลายศตวรรษ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในตัวเอง มีความน่าสนใจ มีเสน่ห์น่าจดจำ มีความเอกลักษณ์ที่งดงาม มีความเป็นเลิศ และมีความวิจิตรตั้งแต่ได้เห็นชุดการแสดง ดนตรีประกอบการแสดง และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของ



ทุกภูมิภาค ประกอบกับการนำเสนอที่เข้ากันกับความชอบความสนใจ และรสนิยมของผู้ชมแม้จะต่างวัฒนธรรม งานนาฏกรรมไทยจึงมีศักยภาพในการสร้างภาพลักษณ์ไทยได้มีประสิทธิภาพที่สุดอย่างหนึ่ง

สรุป

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมานี้ เราอาจประมวลได้นาฏกรรมไทยนั้นเป็นศิลปศาสตร์การแสดงแขนงหนึ่งที่ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทยในต่างประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น งานนาฏกรรมไทยถือว่าการศิลปศาสตร์วัฒนธรรมไร้พรมแดนที่เป็น Soft Power และเป็นพลังทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งในประเด็นหลังสุดนี้จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจและน่าทำการศึกษาในเชิงลึกต่อไปเพื่อทำให้งานนาฏกรรมไทยเป็นอาวุธทางวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืนในการสร้างภาพลักษณ์ไทย นอกเหนือไปจากเรื่องอาหาร สินค้าไทย กีฬามวยไทยและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งหมดล้วนประกอบกันเพื่อเป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยและประชาชนไทยอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

จากการศึกษาและจากการทำ Focus Group ในหัวข้อเรื่อง “นาฏกรรมไทย: ศิลปศาสตร์ไร้พรมแดนในการสร้างภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ” องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับและเห็นว่าน่าจะเป็นประโยชน์ในครั้งนี้ ผู้เขียนพบว่าในบริบทของการสื่อสารการแสดง ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานนาฏกรรมไทยประสบความสำเร็จ คือการสื่อสารระหว่างองค์ประกอบของงานนาฏกรรม อันประกอบด้วย เจ้าภาพงาน ทีมนักแสดง ผู้ชม และ สื่อ ซึ่งรวมหมายถึง ผู้จัดงาน และสื่อมวลชนในการสะท้อนการตอบรับของการจัดงานนาฏกรรมในแต่ละครั้ง การสื่อสารระหว่างองค์ประกอบแต่ละกลุ่มนั้นต้องทำความเข้าใจร่วมกัน (Common Understanding) เจ้าภาพงาน ในที่นี้คือ สถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลใหญ่ที่เป็นเจ้าของโครงการ ต้องทราบว่ามีวัตถุประสงค์ในการจัดงานว่าใครคือ กลุ่มเป้าหมายในการรับชม จัดงานรูปแบบอะไร จัดงานเมื่อไร จัดงานแสดงที่ไหน จัดทำไม่และจัดอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ โดยกำหนดกรอบแนวความคิดให้งานนาฏกรรมไทยนั้นมีความงดงาม (Beauty) มีความเป็นเลิศ (Brilliance) และมีความวิจิตร (Benignity) เพื่อให้งานนาฏกรรมไทยมีความพร้อมและเป็นพลังทางวัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ดังแผนภาพที่ 6



แผนภาพที่ 6 แบบจำลองการจัดงานนาฏกรรมไทยในต่างประเทศ

สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องคำนึงถึงอย่างยิ่ง คือ การวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มผู้ชม โดยต้องคำนึงถึงลักษณะทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น วิถีชีวิตและค่านิยมของกลุ่มผู้ชมแต่ละเมืองที่ไปจัดการแสดง มีการออกแบบการแสดงให้อิงกับวัฒนธรรมของวิถีชีวิตของกลุ่มผู้ชม ซึ่งจะทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การสื่อสารระหว่างกันของเจ้าภาพของงานทีมนักแสดงและผู้จัดงานในการทำความเข้าใจร่วมกันถึงวัตถุประสงค์ของการจัดงานการศึกษาถึงค่านิยมและรสนิยมของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายและการพิจารณาข้อจำกัดในการจัดงานทุกด้านเพื่อสร้างสรรค์รูปแบบการแสดงให้ตรงกลุ่มเป้าหมายต่างวัฒนธรรม เพื่อประสิทธิภาพของการใช้นาฏกรรมไทยนั้นให้สมกับเป็นศิลปศาสตร์ไร้พรมแดนในการสร้างภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ งานนาฏกรรมไทยจะได้เป็นเครื่องมือ Soft Power ที่ทรงพลังด้านวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- ญาณิศา บุญประสิทธิ์. (2559). นาฏศิลป์: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีประชาคมอาเซียน. *วารสารศาสตร์*, 9(1), 183-214.
- ตะวัน บัววัฒนา. (2561). *ประมวลภาพผลงานการแสดงในงานเทศกาลไทย ณ ประเทศชิลี*. กรุงเทพมหานคร: 189 คอมมิวนิเคชั่นส์ อินเทลลิเจนซ์.
- พีชภพ มงคลนาวิน. (2559). *การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร: โอกาสและความท้าทาย*. ในรายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study) หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 8 สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการต่างประเทศ.
- รญาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์. (2561). การบริหารจัดการทรัพยากร Soft Power ของไทย (Invigorating Thailand's Soft Power Resources). *รัฐสารวิรัช*, 60(3), 47-55.



- เรือนไทย.วิชาการ.คอม.(2553). *รูปเก่าเล่าเรื่อง-เมืองบางกอก 4*. สืบค้น 24 เมษายน 2565. จาก <http://www.reurnthai.com/index.php?topic=5923.150>.
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปารีส. (2443). *สมุดภาพ LE SIAM L'EXPOSITION UNIVERSALLE*. France: The Royal Thai Embassy.
- สโสมสรสาธน์มย์. (2541). *สราญมย์: ฉบับที่ระลึก ครบรอบปีที่ 55*. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม. (2548). *ความหมายวัฒนธรรม*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2563.จาก openbase.in.th.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2547). *นาฏยประวัติ*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิรักษ์ หะสุนทร. (2561). การทูตเชิงวัฒนธรรม: นโยบายต่างประเทศของไทยต่อประเทศเพื่อนบ้านอินโดจีน. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 8(3), 192-206.
- อมรรัตน์ เทพกำปนาท. (2551). *ความหมาย แนวคิดและประเด็นที่เกี่ยวข้อง “วัฒนธรรม”*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2563. จาก www.satit.up.ac.th/BBC07/AroundTheWorld/anth/19.htm.
- อสิ ม้ามณี. (2555). *การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษาการดำเนินการของทีมชาติไทย ในเนปาล*. ใน รายงานการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคล (Individual Study), หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการต่างประเทศ.
- อุไรวรรณ เคหะเปรมะ. (2556). *การใช้ Public Diplomacy เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับเขตนีโซ*. ในรายงานการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคล (Individual Study)หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 5สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการต่างประเทศ.
- เอนก นาวิกมูล. (2543). *ศิลปวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- เอนก นาวิกมูล. (2545). *นาฏกรรมชาวสยาม*. กรุงเทพมหานคร: สายธาร.
- เอนก นาวิกมูล. (2563) *ละครเจ้าพระยามหินทร์กับนายบุศย์มหินทร์*. *ศิลปวัฒนธรรม*, 41(7), 18-31.
- Hall, Edward T. (1990). *The Silent Language*. New York: Anchor Books.
- Nye, Jr., Joseph S. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books.
- Nye, Jr., Joseph S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Vuving, A. L. (2009). *How Soft Power Works*. Retrieved May 1 , 2020. From <http://apcss.org/Publications/Vuving%20How%20soft%20power%20works%20APSA%202009.pdf>.