

ภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการโทรทัศน์จีน : กรณีศึกษารายการวาไรตี้ ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียชิงเหนียนชว”¹

Thailand's Image in Chinese Television Programs: Case Study of Variety Talk Shows “A Bright World”¹

กัญญ์วรา เจนพินิจกุล², เกวลี เพชราทิพย์³

Kanwara Chanpinitkul², Kewalee Petcharatip³

Received: 24 May 2022

Revised: 7 September 2022

Accepted: 26 September 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ถูกนำเสนอผ่านรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ชื่อเจียชิงเหนียนชว ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการโทรทัศน์จีน: กรณีศึกษารายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียชิงเหนียนชว” ในมุมมองด้านวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 12 ด้าน อาทิ ด้านอาหาร ด้านสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความเชื่อ ด้านประเพณี ฯลฯ ซึ่งตรงกับกรอบแนวคิดที่ตั้งไว้ และสามารถแบ่งภาพลักษณ์ประเทศไทยออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพลักษณ์เชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาพลักษณ์เชิงบวก อาทิ ภาพลักษณ์ด้านอาหาร ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อ ภาพลักษณ์ด้านประเพณี ภาพลักษณ์ด้านค่านิยม ฯลฯ อย่างไรก็ตามมีเพียง 2 ด้านเท่านั้นที่ปรากฏเป็นภาพลักษณ์เชิงลบ ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียชิงเหนียนชว” เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยเชิงบวกมากกว่าภาพลักษณ์เชิงลบ

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, สังคมและวัฒนธรรมไทย, รายการโทรทัศน์จีน, รายการวาไรตี้ทอล์กโชว์

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการโทรทัศน์จีน: กรณีศึกษารายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียชิงเหนียนชว” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกวลี เพชราทิพย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

² นิสิตหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

³ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ This article is part of a thesis on Thailand's Image in Chinese Television Programs: Case Study of Variety Talk Shows “A Bright World” Master of Arts Program Department of Eastern Languages Faculty of Humanities Kasetsart University, with Assistant Professor Dr. Kewalee Petcharatip as the main advisor

² Master's degree students Department of Eastern Languages Faculty of Humanities Kasetsart University

³ Lecturer at the Department of Eastern Languages Faculty of Humanities Kasetsart University

Abstract

The purpose of this research was to study the image of Thailand presented on Chinese through the variety shows “A Bright World”. The results showed that Thailand's Image in terms of culture was divided into 12 types; as food, health, economy, education, environment, beliefs, traditions etc., which are in line with the conceptual framework set. Images of Thailand can be divided into two types; positive images and negative images. Most images were positive such as food image, beliefs image, traditions image, values image etc. Only two types were negative images, namely economic image and environmental image. Therefore, presenting the image of Thailand through the variety talk show “A Bright World” provides a more positive image of Thailand than a negative image.

Keywords: Image, Thai society and culture, Chinese television programs, Variety talk shows

บทนำ

เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างสาธารณรัฐประชาชนจีนกับประเทศไทยมีมาอย่างยาวนานโดยเฉพาะด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจุบันประเทศจีนจึงเปิดรับวัฒนธรรมไทยมากขึ้น ส่งผลให้อาหารไทยละครไทยเพลงไทยดารา นักร้องไทย ตลอดจนรายการโทรทัศน์ของไทย กลายเป็นที่นิยมและชื่นชอบของชาวจีนมากขึ้น ในปัจจุบันรายการโทรทัศน์จีนนิยมเชิญคนไทย ไปร่วมรายการมากยิ่งขึ้นเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น รายการ “Day Day Up” (《天天向上》) มีการนำเสนอเนื้อหาบางตอนเกี่ยวกับอาหารไทย รายการ “Happy Camp” (《快乐大本营》) มีการนำเสนอเนื้อหาบางตอนเกี่ยวกับเพลง และดารา นักร้องไทย และรายการ “ชื่อเจียซิงเหนียนชว” (《世界青年说 หรือ A Bright World》) มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมไทย

รายการ “ชื่อเจียซิงเหนียนชว” (《世界青年说》 หรือ A Bright World) ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี เวลา 21:20 น. ตามเวลาประเทศจีน ช่องออกอากาศสถานีโทรทัศน์เจียงซู (江苏卫视) เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 16 เมษายน 2558

จนถึงวันที่ 13 เมษายน 2560 รวมทั้งหมด 73 ตอน รายการชื่อเจียซิงเหนียนชวเป็นรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ ทางรายการจะเชิญตัวแทนนักเรียนต่างชาติจาก 11 ประเทศหรือที่เรียกกันว่า TK11 รวมทั้งแขกรับเชิญจากประเทศจีน มาร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันผ่านวัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละประเทศ โดยใช้ภาษาจีนเป็นสื่อกลางในการพูดคุยถกเถียงกัน ทั้งนี้ TK11 ซึ่งมาจากประเทศต่างๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้ตอบคำถามและแชร์ประสบการณ์ของประเทศตนให้กับทางผู้ชมที่ส่งคำถามมาให้กับทางรายการอีกที ซึ่งคำถามมักจะเกี่ยวกับปัญหาที่คอยกวนใจวัยรุ่นหรือวัยทำงานในปัจจุบัน ดัชนีบับของรายการนี้เป็นของประเทศเกาหลีชื่อรายการ “Abnormal Submit” (《非首脑会谈》) ออกอากาศทางช่อง JTBC ซึ่งเป็นช่องเครือข่ายโทรทัศน์แบบเสียค่าบริการของประเทศเกาหลีใต้

ตัวแทนของนักเรียนต่างชาติจากประเทศไทยที่ได้รับเชิญให้ไปออกรายการคือ นายเมื่องภูมิ หาญสิริเพชร ที่คนจีนรู้จักในชื่อ “หานปิง” (韩冰) ผู้วิจัยได้ค้นพบว่า รายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ชื่อเจียซิงเหนียนชวนี้เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศจีน การที่เขาได้รับเชิญให้ไป

ออกรายการนี้ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น หานปิงจึงเปรียบเสมือนทูตทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่ทำให้คนจีนได้รู้จักและเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมไทยมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า รายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ชื่อเจียชิงเหนียนชวมีการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองของวัฒนธรรมไทยในด้านใดบ้าง ซึ่งข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรสื่อสารมวลชน หรือหน่วยงานราชการ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น ที่จะนำไปพิจารณาถึงความสำคัญในการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมของไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศผ่านสื่อต่างๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ถูกนำเสนอผ่านรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ชื่อเจียชิงเหนียนชว

ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ชื่อเจียชิงเหนียนชวระหว่างตอนที่ 1-73 (ตั้งแต่วันที่ 16 เมษายน 2558 จนถึงวันที่ 13 เมษายน 2560) จากแพลตฟอร์มเว็บไซต์ไฉฉีฉี (爱奇艺)

ความหมายของรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ (2547, หน้า 149-155) กล่าวว่า วาไรตี้ทอล์กโชว์ เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบในการนำเสนอโดยการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการเป็นหลัก

เจาเชอฝาน และ หวังฉิน (2002, หน้า 204) ได้กล่าวว่า เนื้อหาและรูปแบบของรายการทอล์กโชว์คือบทสนทนา ในความหมายกว้าง ทุกรายการที่มีเนื้อหาหลักและรูปแบบเป็นบทสนทนาสามารถถือเป็นรายการทอล์กโชว์ได้

อู๋อีวี่ (2005, หน้า 225-229) ได้แบ่งรายการทอล์กโชว์ออกเป็นรายการทอล์กโชว์แบบกว้างและรายการทอล์กโชว์แบบแคบ เขาเชื่อว่ารายการทอล์กโชว์ในความหมายกว้างๆ เป็น “รายการสัมภาษณ์” ชนิดหนึ่ง ซึ่งผู้คนมักจะพูดคุยกับตัวละครตั้งแต่สองตัวขึ้นไป รายการทอล์กโชว์ประเภทนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแบ่งปันข้อมูลเข้าถึงความรู้สึกร่วมกันในมุมมองต่างๆ ในขณะที่ทอล์กโชว์ในความหมายแคบ คือ “พิธีกรเชิญแขกและผู้ชมอภิปรายประเด็นร้อนที่เป็นความกังวลของประชาชนทั่วไปในบรรยากาศที่ผ่อนคลายกลมกลืนและเท่าเทียมกัน”

กล่าวโดยสรุปคือ รายการวาไรตี้ทอล์กโชว์คือรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอโดยการสนทนาถึงประเด็นร้อนของประชาชนในบรรยากาศที่เป็นกันเอง ซึ่งรายการวาไรตี้ทอล์กโชว์ชื่อเจียชิงเหนียนชวที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษานี้มีความใกล้เคียงกับทอล์กโชว์ในแง่แคบที่อู๋อีวี่กล่าวถึง

ความหมายของ “ภาพลักษณ์”

ภาพลักษณ์ ในพจนานุกรมภาษาจีนสมัยใหม่ (ถางกวงหง, 2004, หน้า 2) อธิบายว่าเป็นรูปร่างหรือท่าทางเฉพาะที่สามารถทำให้เกิดความคิดหรือความรู้สึกในจิตใจของผู้คน

เสรี วงษ์มณฑา (2541, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Fact) กับการประเมินส่วนตัว (Personal judgment) ของคนใดคนหนึ่งกลายเป็นความจริงแห่งการรับรู้ (Perceptual) ของบุคคลไม่ใช่ข้อเท็จจริงที่ปราศจากอคติใดๆ (Factual reality)

Kotler (1997) อธิบายคำว่า ภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

Jefkins (1982) ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความประทับใจอันได้มาจากความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์ คือ คือภาพที่เกิดจากความคิด สิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ หรือสิ่งที่ปรากฏขึ้น อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล องค์การ สถาบัน เป็นต้น ภาพที่เกิดขึ้นนั้นได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่ง เป็นได้ทั้งภาพลักษณ์เชิงบวกและเชิงลบขึ้นอยู่กับการตีความของแต่ละคนโดยเกิดจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่างๆ ที่รับรู้มา

วิธีการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ศึกษา รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้

1.2 กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองทางวัฒนธรรมตามแนวทางของ งามพิศ สัตย์สงวน (2538, หน้า 53) และอมรา พงศาพิชญ์ (2541, หน้า 5)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ โดยแบ่งภาพลักษณ์ประเทศไทยออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพลักษณ์เชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบ

2.1.1 ภาพลักษณ์เชิงบวก (Positive Image) หมายถึงภาพลักษณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่เกิดขึ้นจากความชอบ ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น บุคคลนั้น หรือกลุ่มบุคคลนั้น เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความประทับใจ เช่น ชมเชย ส่งเสริม การยืม การให้ การให้อภัย ความร่าเริง สนุกสนาน เป็นต้น

2.1.2 ภาพลักษณ์เชิงลบ (Negative Image) หมายถึงภาพลักษณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่เกิดขึ้นจากความไม่ชอบ ความไม่พึงพอใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น บุคคลนั้น หรือกลุ่มบุคคลนั้น เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความไม่ประทับใจ เช่น การตำหนิ กีดกัน การไม่เคารพบนอบ การไม่ให้เกียรติ การทะเลาะเบาะแว้ง เป็นต้น

3. สรุปและอภิปรายผล

3.1 สรุปผลการศึกษา

3.2 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองวัฒนธรรมทางวัตถุ

1.1 ภาพลักษณ์ด้านอาหาร

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอด้านอาหารไทยในตอนที่ 18 ของรายการ (วันที่ 13 สิงหาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“韩冰：我就要推荐一下，我的家乡的菜美国那个CNN（美国有线电视新闻网），2011年已经检查了在世界人们都推荐泰国最好吃，就是泰国咖喱，所以今天我就带泰国的咖喱过来。泰国游各种各样不同颜色的咖喱，红咖喱、绿色咖喱，我要推荐就是泰式的红咖喱鸡汤。”

罗密欧：对不起，我有一个问题印度人的咖喱跟你们的咖喱不一样吗？

韩冰：不一样，因为虽然印度也有咖喱，但是他的咖喱基本上就是咖喱粉，我们主要就是南姜，生姜的姜，但是这叫南姜，英文叫galangal，然后还有那个香茅、大蒜做成蒜泥，还有葱混起来，然后还有咖喱粉。”

“ห่านปิง: ผมอยากจะแนะนำอาหารบ้านเกิดของผมในปี พ.ศ. 2554 สำนักข่าว CNN ได้ทำการสำรวจแล้วว่าผู้คนทั่วโลกต่างแนะนำว่าอาหารไทยอร่อยที่สุด นั่นก็คือ แกงไทยนั่นเอง ดังนั้นวันนี้ผมจึงนำแกงไทยมาเสนอ แกงไทยนั้นมีหลากหลายสีสัน มีทั้งแกงแดง (แกงเผ็ด) แกงเขียว (แกงเขียวหวาน) แกงที่ผมนำมาแนะนำในวันนี้คือ แกงไก่

โรมีโอ: ขอโทษนะ ผมสงสัยว่าแกงกะหรี่ของคนอินเดียไม่เหมือนกับแกงของพวกคุณหรือ

ห่านปิง: ไม่เหมือนกัน เพราะว่าถึงแม้อินเดียจะมีแกงกะหรี่ แต่แกงกะหรี่ของเขานั้นใช้ผงกะหรี่ ส่วนประกอบของแกงไทยคือข่า ภาษาอังกฤษเรียกว่า “galangal” นอกจากนี้ยังมีตะไคร้ กระเทียมสับ หอมสับ และผงกะหรี่”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านอาหาร พบว่าตัวแทนประเทศไทยได้บรรยายถึงในด้านของหน้าตาและรสชาติของอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์จนคนทั่วโลกต่างชื่นชอบหลงใหลในเสน่ห์ของอาหารไทยและอยากมาท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อลิ้มลองรสชาติต้นตำหรับอาหารไทยที่จะเน้นเครื่องปรุงจากพืชสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านอาหารว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2. การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองวัฒนธรรมทางจิตใจ

2.1 ภาพลักษณ์ด้านสุขภาพ

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอด้านสุขภาพในตอนี่ 49 ของรายการ (วันที่ 13 ตุลาคม 2559) ดังต่อไปนี้

“在泰国我们就把运动和旅游放在一起，现在泰国政府鼓励就是各地有自行车通道，你可以从一个城市骑自行车到另一个城市，这算是运动大家可以快乐。”

“ในประเทศไทยมีการรวมกีฬาและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในปัจจุบันรัฐบาลไทยได้สนับสนุนให้มีเส้นทางจักรยานทุกที่ คุณสามารถขี่จักรยานจากเมืองหนึ่งไปอีกเมืองหนึ่งได้ สิ่งนี้ถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนได้ออกกำลังกายและสามารถทำให้ทุกคนมีความสุข”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านสุขภาพ พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพร่างกายเสมอ เพราะคนไทยตระหนักว่าหากมีสุขภาพทางกายที่ดีก็จะมีสุขภาพทางจิตที่ดีตามไปด้วยเช่นกัน และเมื่อมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีก็จะส่งผลให้การดำเนินชีวิตเต็มเปี่ยมไปด้วยความสุขและพร้อมรับมือกับปัญหาที่ต้องเผชิญในแต่ละวัน ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านสุขภาพว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.2 ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอเศรษฐกิจไทยในตอนี่ 58 ของรายการ (วันที่ 29 ธันวาคม 2559) ดังต่อไปนี้

“我感觉每一个国家都不同，比如说德国是非常大国的国家比较发达，但是反过来比如说泰国，泰国经济并不是那么发达，有些人白天工作晚上还要加班或者是打工各种各样，卖东西才能赚到

钱，如果在那样的环境你没有那个24个小时服务怎么办。”

“ผมรู้สึกว่าคุณประเทศล้วนแตกต่างกัน เช่น ประเทศเยอรมันเป็นประเทศที่มีโรงงานขนาดใหญ่มาก ก่อนช่วงมีการพัฒนา แต่ในทางกลับกันยกตัวอย่างเช่นประเทศไทย เศรษฐกิจประเทศไทยไม่ได้รับการพัฒนาเช่นนั้นเลย บางคนทำงานกลางวันแล้ว กลางคืนยังต้องทำงานล่วงเวลา หรือทำงานอื่น การขายของจึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้ได้ ดังนั้นจะอย่างไรถ้าหากไม่มีการบริการตลอด 24 ชั่วโมง”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านเศรษฐกิจ พบว่าตัวแทนประเทศไทยได้มีการบรรยายไว้ว่าเศรษฐกิจไทยไม่ค่อยพัฒนา มีการพัฒนาที่ล่าช้าจนอาจถึงขั้นเศรษฐกิจถดถอย ดังนั้นจึงสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านเศรษฐกิจว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงลบ

2.3 ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอด้านสิ่งแวดล้อมในตอนที่ 34 ของรายการ (วันที่ 10 ธันวาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“其实现在关于雾霾的问题泰国已经有了，雾霾有各种各样的原因，然后又一种原因听了很奇怪，但是影响非常大。在泰国有一种蘑菇叫**เห็ดถอบ**（硬皮地星），一公斤差不多400块钱，然后它容易长大在哪个地方，就是已经被烧掉的地方，所以很多泰国农村人烧森林。泰国北方的森林大批被烧掉，所以现在泰国为了改变这个问题，比如说有一种咖啡你可以种在森林里、你不要烧掉、你不要砍树，这样可以让老百姓收到大笔钱。”

“อันที่จริงปัญหาด้านหมอกควันในประเทศไทยก็เกิดขึ้นแล้ว หมอกควันนั้นเกิดจากหลากหลายสาเหตุ มีสาเหตุหนึ่งที่ฟังแล้วรู้สึกแปลกประหลาดมากแต่มีผลกระทบรุนแรงมากในประเทศไทยมีเห็ดชนิดหนึ่งเรียกว่า **เห็ดถอบ**

หนึ่งกิโลประมาณ 2,000 บาท มันจะเจริญเติบโตได้อย่างง่ายดายบนผืนดินที่ถูกไฟเผา ดังนั้นชาวบ้านในประเทศไทยจึงเผาป่า ป่าทางภาคเหนือของประเทศไทยถูกเผาเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในปัจจุบันเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงปัญหานี้ เช่น มีการปล่อยสายพันธุ์หนึ่งที่อยู่ในป่าได้โดยไม่ต้องเผาป่า ไม่ต้องตัดต้นไม้ แบบนี้จะทำให้ชาวบ้านมีรายได้ก่อนใหญ่”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าตัวแทนประเทศไทยได้มีการบรรยายถึงสาเหตุการเกิดหมอกควันในประเทศไทย และการนำเสนอหนทางแก้ไขปัญหาคือการเผาป่าเพื่อลดปัญหาด้านหมอกควัน แต่ปัจจุบันชาวบ้านที่อาศัยอยู่ทางภาคเหนือยังคงมีการลักลอบเผาป่าอยู่เสมอ จึงทำให้อันตรายด้านหมอกควันยังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านสิ่งแวดล้อมว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงลบ

2.4 ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อ

2.4.1 ความเชื่อด้านความรัก

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอความเชื่อด้านความรักในตอนที่ 2 ของรายการ (วันที่ 23 เมษายน 2558) ดังต่อไปนี้

“泰国关于说不说我爱你还是表白的泰国可以说的，因为如果不说怎么知道，但是我们说的方法不是那么直接说，就说咱们去拜佛吧。因为泰国就是佛教国家，所以我们有一个概念共同拜佛、共同做善良的事情，不但这个一辈子。将来如果我们死，然后再生还是永远在一起。”

“สำหรับประเทศไทยการพูดว่าฉันรักคุณหรือการสารภาพรักนั้นสามารถทำได้ เพราะถ้าไม่พูดจะรู้ได้อย่างไร แต่วิธีบอกรักของเราไม่ได้พูดออกไปตรงๆ จะเป็นการพูดชวนกันไปไหว้พระ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่นับถือศาสนาพุทธเราจึงมีแนวคิดในการไปไหว้พระด้วย

กัน ทำบุญร่วมกัน ไม่เพียงแต่ในชาตินี้ ต่อไปหากเราตาย เกิดใหม่เราก็จะอยู่ด้วยกันตลอดไป”

จากข้อความข้างต้น ตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอภาพลักษณ์ความเชื่อด้านความรักไว้ว่า ในมุมมองความรักของคนไทยจะมีความเชื่อที่เชื่อมโยงกับศาสนา มองว่าคนรักกันควรไหว้พระหรือทำบุญร่วมกัน เพื่อหวังว่าจะได้ครองรักกันไปทุกชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความรักสัมพันธ์กับความเชื่อเรื่องบุญเพสันนิวาส จึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์เชิงบวก

2.4.2 ความเชื่อด้านการจัดงานศพ

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอความเชื่อด้านการจัดงานศพของคนไทยในตอนี่ 4 ของรายการ (วันที่ 7 พฤษภาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“泰国也有很热闹“葬礼”因为在泰国我们的文化死并不是人已经没有了，就是变成另一种的，就到天堂。平时我们葬礼有7天要一个月，泰国如果更有钱葬礼更长，比如说国王，王后一年多，但是每天晚上就请和尚过来念经，可是念经好之后，就这样“咱们唱歌吧，干杯”在泰国就是这样连父母都建议说我们的葬礼要热闹，在葬礼活动里每天晚上唱歌、喝酒，一个大晚会。”

“ประเทศไทยก็มีพิธีงานศพที่ครึกครื้นมาก เพราะในวัฒนธรรมของประเทศไทยความตายไม่ได้หมายถึงการดับสูญ แต่เป็นการเปลี่ยนสภาพเป็นอีกอย่างหนึ่ง จะไปสู่สวรรค์ โดยปกติงานศพจะจัด 7 วันหรือไม่ก็ 1 เดือน ในประเทศไทยถ้าหากมีเงินก็จะจัดงานนานขึ้น ยกตัวอย่างพระมหากษัตริย์ หรือพระราชินีจะจัดงานประมาณปีกว่า โดยจะนิมนต์พระสงฆ์มาสวดมนต์ทุกคืน แต่หลังจากการสวดมนต์เสร็จก็จะเป็นแบบนี้ “พวกเราร้องเพลงกันเถอะ ตีมฉลอง” นี่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในประเทศไทย แม้แต่พ่อแม่ก็แนะนำ

ว่างานศพของเราต้องครื้นเครง ร้องเพลง ตีมฉลอง เป็นงานปาร์ตี้ขนาดใหญ่”

จากข้อความข้างต้น ตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอความเชื่อด้านการจัดงานศพไว้ว่า พิธีงานศพในประเทศไทยเป็นพิธีที่จัดให้กับผู้ที่ล่วงลับไปแล้วเพื่อเป็นการให้เกียรติและระลึกถึงคุณงามความดีของของผู้นั้น การจัดพิธีงานศพของคนไทยเน้นจัดงานแบบมีชีวิตชีวา มากกว่าโศกเศร้า เพื่อให้ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วหมดห่วงและไปสู่สุคติ อีกทั้งยังสร้างความจรรโลงใจให้แก่ผู้ที่มาร่วมงานอีกด้วย นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่า ความตายสัมพันธ์กับความเชื่อทางพุทธศาสนาแบบชาวบ้าน (นรก สวรรค์) และชนชั้นทางสังคม จึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์เชิงบวก

2.4.3 ความเชื่อด้านการตั้งชื่อ

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอความเชื่อด้านการตั้งชื่อของประเทศไทยในตอนี่ 48 ของรายการ (วันที่ 6 ตุลาคม 2559) ดังต่อไปนี้

“韩冰：你知道吗泰国字母有44，然后还有21个音调，我们要先算命，你（女主持人）生日几号？

女主持人：5月30日

韩冰：我们要考虑了在那个5月30日哪个字母合适，我们还要把它混起来，混起来好之后还要把它分有几个意思，你选择哪一种。比如说要有钱、要有努力，然后你才把所有合起来变成一个名字。在泰国如果你地位高，比如说国王可以写了三行，这是泰国国王的名字 “พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศร รามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร”

男主持人：这里面都包含了什么信息啊？

韩冰：就是出生地方，父母是谁，地位是什么，第几个国王，就是在他的名字（里）。”

“หานปิง: คุณรู้ไหมพยัญชนะไทยมี 44 รูป และยังมีสระ 21 รูป ก่อนอื่นเราต้องดูดวงก่อน คุณ (พิธีกรหญิง) เกิดวันที่เท่าไร”

พิธีกรหญิง: วันที่ 30 พฤษภาคม

หานปิง: เราจะต้องพิจารณาว่าตัวอักษรใดเหมาะกับวันที่ 30 พฤษภาคม เราต้องผสมผสานให้เข้ากันแล้วต้องแบ่งมันออกเป็นหลายๆ ความหมายให้คุณเลือกว่าต้องการความหมายไหน เช่น ต้องการมีเงินทอง ต้องการความขยันขันแข็ง หลังจากนั้นก็รวมทุกอย่างอยู่ไว้ในชื่อหนึ่งชื่อ ในประเทศไทยหากคุณมีฐานะสูงศักดิ์ ยกตัวอย่างเช่น ชื่อพระมหากษัตริย์สามารถเขียนได้ 3 บรรทัด นี่คือชื่อพระมหากษัตริย์ของไทย ‘พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤพดินทราธิราช บรมนาถบพิตร’

พิธีกรชาย: ในชื่อนี้ประกอบด้วยอะไรบ้าง

หานปิง: ประกอบด้วยสถานที่เกิด พ่อแม่คือใคร มีฐานะอย่างไร เป็นกษัตริย์องค์ที่เท่าไร รวมอยู่ในชื่อของพระมหากษัตริย์”

จากข้อความข้างต้น ตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอความเชื่อทางสังคมด้านการตั้งชื่อไว้ว่า คนไทยให้ความสำคัญในการตั้งชื่อเป็นอย่างมาก ชื่อที่ตั้งให้จะต้องมีความเป็นสิริมงคล ส่งเสริมดวงชะตาของบุคคลนั้นให้ดีให้โดดเด่นและหนุนนำให้ประสบพบเจอเรื่องราวดีๆ ตามความหมายของชื่อนั้นๆ จึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์เชิงบวก

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านความเชื่อทางสังคม พบว่าความเชื่อของประเทศไทยต่างๆ ที่ตัวแทนประเทศไทยได้หยิบยกขึ้นมากล่าวถึงนี้ สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะนิสัยพื้นฐานของคนไทยว่า เป็นคนที่มีจิตใจดี ชอบเข้าวัดทำบุญ มอบความสุขและสิ่งดีๆ ให้แก่ผู้คนรอบข้าง ดังนั้นแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านความเชื่อว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.5 ภาพลักษณ์ด้านประเพณี

2.5.1 ประเพณีการบวชพระ

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอประเพณีบวชพระของประเทศไทยในตอนต้นที่ 57 ของรายการ (วันที่ 22 ธันวาคม 2559) ดังต่อไปนี้

韩冰：如果在泰国可以说分成两部分按照法律18岁以上才算是成年人，但是按照传统文化我们有一个发型是跟中国明朝一样，中将有那个发髻，然后带15岁要把那个发髻剪掉你才变成成年人，可是如果你是男人虽然你把那个发髻剪掉你还不是成年人，要当和尚一次男生才是真正地成年人。

หานปิง: ในประเทศไทยสามารถพูดได้ว่าแบ่งออกเป็นสองส่วน ตามกฎหมายแล้วผู้ที่มิอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไปเท่านั้นที่สามารถถือได้ว่าเป็นผู้ใหญ่ แต่ตามวัฒนธรรมดั้งเดิมเรามีทรงผมที่เหมือนกับสมัยราชวงศ์หมิงในประเทศจีน ก็คือผมจุก พออายุ 15 ปีต้องตัดผมจุกก่อนถึงจะกลายเป็นผู้ใหญ่ แต่ถ้าคุณเป็นผู้ชายแม้ว่าคุณจะตัดผมจุกแล้วแต่ก็ยังถือว่าไม่โต จะต้องบวชพระสักครั้งก่อนถึงจะถือว่าเป็นผู้ใหญ่จริงๆ

จากข้อความข้างต้น ตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอประเพณีบวชพระไว้ว่า ในตามหลักกฎหมายผู้ที่มิอายุครบ 18 ปีบริบูรณ์จะถือว่าเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ เริ่มเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ แต่ถ้าในตามหลักศาสนาแล้วผู้ที่มิอายุครบ 20 ปี

บริบูรณ์จะถือว่าเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ เริ่มเข้าสู่วัยผู้ใหญ่และจะต้องบวชพระสักครั้ง เพื่อเป็นผู้ใหญ่อย่างสมบูรณ์แบบ แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.5.2 ประเพณีการแต่งงาน

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอประเพณีแต่งงานของประเทศไทยในตอนต้นที่ 16 ของรายการ (วันที่ 30 กรกฎาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“泰国人如果结婚我们搬到女方的家庭。”

“ถ้าคนไทยแต่งงานกันเราก็นำย้ายไปอยู่กับครอบครัวของผู้หญิงคนนั้น”

“结婚并不是只有爱情而已你们不是两个人，这是两个家庭合在一起，这是我们的亚洲的文化。比如说在泰国我说有一个婚房叫เรือนหอ” 主要为了保护这个女生，为什么？虽然我们说男女平等，但是实际上并不平等女生如果她有孩子她怎么办如果离婚，所以丈母娘她的概念就是为了自己孩子的安全，然后丈夫为了代表自己有能力、有力量，可以给他的妻子一个安全的生活，所以她还要一个房子。”

“การแต่งงานไม่ใช่แค่ความรัก ไม่ใช่แค่คนสองคน นี่คือการรวมสองครอบครัวเข้าด้วยกัน นี่คือการวัฒนธรรมเอเชียของเรา อย่างเช่นในประเทศไทยมีสิ่งปลูกสร้างที่เรียกว่า “เรือนหอ” หลักๆ เพื่อปกป้องฝ่ายหญิง แม้ว่าเราจะบอกว่าผู้ชายและผู้หญิงเท่าเทียมกัน แต่จริงๆ แล้วมันไม่เท่าเทียมกัน ถ้าผู้หญิงมีลูกเธอควรทำอะไร ถ้าเกิดการหย่าร้าง ดังนั้นแนวคิดของแม่ยายคือเพื่อความปลอดภัยของลูก ส่วนตัวสามีนั้นเพื่อแสดงถึงความสามารถและความเข้มแข็งของตนสามารถให้ชีวิตที่ปลอดภัยแก่ภรรยาของเขาได้ ดังนั้นเธอจึงต้องการบ้านด้วยเช่นกัน”

จากข้อความข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอประเพณีการแต่งงานไว้ว่า ประเพณีการแต่งงานของไทยฝ่ายชายต้องแต่งเข้าบ้านฝ่ายหญิงเพื่อมาเป็นแรงงาน เนื่องจากสังคมไทยในสมัยโบราณเป็นสังคมเกษตร ฝ่ายชายจึงต้องให้สินสอดเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนมีความสามารถในการหาเงิน มีความสามารถในการดูแลส่วนไหนของพ่อแม่ฝ่ายหญิง อีกทั้งยังมีความสามารถและความแข็งแกร่งที่จะดูแลและมอบชีวิตที่ดีให้แก่ภรรยาได้ แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านประเพณี พบว่าประเพณีที่ตัวแทนประเทศไทยได้หยิบยกขึ้นมากล่าวถึงนี้สะท้อนให้เห็นถึงการสืบสานประเพณีอันดีงามของคนไทยจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน บางประเพณีอาจมีการปรับเปลี่ยนไปหรือยืดหยุ่นไปบ้างตามสังคมโลก แต่ก็ยังคงเค้าโครงของประเพณีนั้นๆ ไว้อยู่ ดังนั้นแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านประเพณีว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.6 ภาพลักษณ์ด้านค่านิยม

2.6.1 ค่านิยมการเรียกพ่อแม่และเครือญาติ

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอค่านิยมการเรียกพ่อแม่ของคนไทยในตอนต้นที่ 1 ของรายการ (วันที่ 16 เมษายน 2558) ดังต่อไปนี้

“但是在泰国比较特别的。我们不但叫多字，还要叫爸妈同时去叫。我母亲叫Toy，我父亲叫Deng，我不能说Deng还是Toy，但是我说Deng爸爸Toy妈妈。”

“แต่สำหรับประเทศไทยมันค่อนข้างพิเศษ พวกเราไม่เพียงแต่มีชื่อที่หลากหลายแล้วยังเรียกไปพร้อมกับคำว่าพ่อแม่ด้วย แม่ของฉันชื่อต้อย พ่อของฉันชื่อแดง ฉันไม่สามารถเรียกแค่แดงหรือต้อยได้ แต่ต้องเรียกว่าพ่อแดงแม่ต้อย”

จากข้อความข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอค่านิยมการเรียกพ่อแม่และเครือญาติไว้ว่า คนไทยมีค่านิยมในการเรียกบุคคลในครอบครัวโดยการขึ้นต้นด้วยคำเรียกเครือญาติแล้วตามด้วยชื่อ เนื่องจากคนไทยให้ความสำคัญกับการเคารพนับถือผู้อาวุโส การอ่อนน้อมถ่อมตนและยกย่องผู้อื่น แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.6.2 ค่านิยมการแต่งงานของผู้หญิง

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอค่านิยมการแต่งงานของผู้หญิงในยุคปัจจุบันในตอนี่ 13 ของรายการ (วันที่ 9 กรกฎาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“女生。泰国的女生35、36岁，如果你这个年龄没结婚就说大青年，所以不感觉你老，没有那样说哎呦你就是一个女生到现在没有结婚等等一些问题，泰国人感觉女生年龄大一点没问题更性感叫 “ไ้แก่แม่ปลาซอน” 意思就是老母鸡、老鱼... 你别笑，你别笑。它的意思就是好，意思就是经验非常丰富。”

“สาวไทยอายุ 35 36 ปีถ้ายังไม่แต่งงาน อายุเท่านี้บอกเลยว่าเป็นสาวเต็มวัย ดังนั้นอย่ารู้สึกตัวเองแก่ ไม่มีการพูดว่า โอ้คุณเป็นผู้หญิง ป่านนี้ยังไม่ได้แต่งงาน บลา-บลา คนไทยจะรู้สึกว่าคุณอายุมากก็ไม่ใช่ปัญหา ทั้งสามารถดึงดูดความสนใจจากเพศตรงข้ามได้ดีกว่าเรียกว่า “ไ้แก่แม่ปลาซอน” ความหมายคือไ้แก่ ปลาแก่...คุณอย่าขำ คุณอย่าขำ มันมีความหมายในเชิงบวก คือหมายถึงคนที่ม่ประสบการณ์มากมาย”

จากข้อความข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอค่านิยมการแต่งงานของผู้หญิงไว้ว่า ในปัจจุบันผู้ชายไทยคิดว่าผู้หญิงที่อยู่ในช่วงวัย 30 ปีขึ้นไปไม่ได้แก่ เขากลับมองว่าผู้หญิงเหล่านั้นมีเสน่ห์และน่าสนใจไป

อีกแบบ เนื่องจากผู้หญิงในช่วงวัยนี้จะมากด้วยประสบการณ์ มีเสน่ห์ มีเล่ห์เหลี่ยม แพรพราวและดึงดูดความสนใจจากเพศตรงข้ามได้ จึงทำให้ผู้หญิงเป็นจำนวนมากเลิกกังวลว่าเมื่อเข้าสู่ช่วงอายุ 30 ขึ้นไปจะแก่เกินไปจนหาคู่ครองไม่ได้ และในทางกลับกันผู้หญิงเหล่านั้นจึงเลือกที่จะเพิ่มคุณค่าให้ตัวเอง ให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัวมากกว่าการแต่งงานมีครอบครัว แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.6.3 ค่านิยมการแชร์ค่าใช้จ่าย

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอค่านิยมการแชร์ค่าใช้จ่ายของคนไทยในตอนี่ 20 ของรายการ (วันที่ 27 สิงหาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“在泰国女生不太喜欢让男生请客，因为泰国女生感觉我有能力，我能照顾自己，但是我说就是结婚之前，但是结婚之后就是另外一回事了。但是在泰国结婚之后不太AA制了，就是平时都是女人付钱，因为在泰国的文化就是如果你结婚要尊重女生，要把所有的钱给女人”

“ในเมืองไทยผู้หญิงไม่ชอบให้ผู้ชายเลี้ยง เพราะผู้หญิงไทยรู้สึกว่าคุณมีความสามารถและดูแลตัวเองได้ แต่นั่นมันเป็นก่อนแต่งงาน หลังแต่งงานก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ในประเทศไทยหลังจากแต่งงานจะไม่ค่อยมีการแชร์ค่าใช้จ่ายกัน กล่าวคือผู้หญิงมักจะเป็นคนจ่ายเงิน เพราะในวัฒนธรรมไทยถ้าแต่งงานคุณต้องเคารพผู้หญิงและให้เงินทั้งหมดกับผู้หญิง”

จากข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอค่านิยมการแชร์ค่าใช้จ่ายไว้ว่า สังคมไทยในปัจจุบันเพศหญิงและเพศชายต่างมีความสามารถเท่าเทียมกันในการหารายได้ ทำให้เกิดการแชร์ค่าใช้จ่ายกันในการดำเนินชีวิตต่างๆ ในช่วงก่อนการแต่งงาน แต่เมื่อมีการแต่งงานเกิดขึ้น และได้มีการใช้ชีวิตกันเป็นครอบครัว การแชร์ค่า

ใช้จ่ายจะไม่ค่อยเกิดขึ้นในครอบครัวของคนไทย เนื่องจากวัฒนธรรมไทยแม้ว่าทั้งสามีและภรรยาต่างเป็นผู้หารายได้ทั้งคู่ แต่มักจะให้ภรรยาเป็นผู้จัดการกับรายได้ทั้งหมดของครอบครัว เพื่อบริหารรายจ่ายต่างๆ ในครอบครัว แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.6.4 ค่านิยมความสวยความงามและศีลธรรม

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอ ค่านิยมความสวยความงามและศีลธรรมในตอนที่ 12 ของรายการ (วันที่ 2 กรกฎาคม 2558) ดังต่อไปนี้

“对我而言整容不是骗别人只是为了让自己感觉好一点，虽然我不认为我们应该对外貌自卑，可是如果你要整容我尊重你，然后在泰国现在在我们年轻人对整容很乐观，感觉并不是欺骗连政府也推动关于整容的事业。”

“สำหรับผมแล้วการทำศัลยกรรมไม่ใช่การโกหกคนอื่นเพียงเพื่อให้ตัวเองรู้สึกดีขึ้น แม้ว่าผมไม่คิดว่าเราจะต้องรู้สึกด้อยในเรื่องรูปร่างหน้าตา แต่ถ้าคุณต้องการทำศัลยกรรมผมก็เคารพคุณ คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีมุมมองที่ดีเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม ไม่รู้สึกว่าเป็นการหลอกลวง แม้แต่รัฐบาลก็ยังส่งเสริมกิจการด้านศัลยกรรม”

จากข้อความข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอค่านิยมความสวยความงามและการศัลยกรรมไว้ว่า สังคมไทยเปิดกว้างมากขึ้นตามยุคสมัยที่หมุนผ่าน ทำให้เรื่องความสวยความงามและการทำศัลยกรรมเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับมากตามไปด้วย ผู้คนในสังคมเปิดใจยอมรับและมองเป็นสิ่งที่ปกติ อีกทั้งยังมองว่าค่านิยมนี้เป็นสิ่งที่เสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่ทำอีกด้วย แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านค่านิยม พบว่าค่านิยมที่ตัวแทนประเทศไทยได้หยิบยกขึ้นมากล่าวถึงนี้ แสดงให้เห็นถึงการหมุนเปลี่ยนของยุคสมัยที่ผู้คนมีการยอมรับ การเปิดใจและการเปิดกว้างทางสังคมและยังคงไว้ถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน ดังนั้นจึงสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านค่านิยมว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

2.7 ภาพลักษณ์ด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์

2.7.1 ด้านภาพยนตร์

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอ ด้านภาพยนตร์ของประเทศไทยในตอนที่ 23 ของรายการ (วันที่ 24 กันยายน 2558) ดังต่อไปนี้

主持第二人：我很爱泰国的恐怖片。

普雅：名的教《厉鬼将映》这个...

韩东秀：我是一个非常喜欢恐怖片的人最好看的是泰国的恐怖片，他们不仅仅是营造气氛还是鬼，他们还利用人的心理。

大卫：用人心生出的雾来制造这种恐惧。

韩东秀：所有故事情节的细节非常注重，所以我看泰国的恐怖片一直在紧张的状态下。

嘉宾：泰国去年有一部片卖得特别高，好像是泰国第一叫《鬼妻》就是说那个丈夫去当兵了之后那个老婆死了，然后丈夫回来那个老婆一直等她丈夫回来。

主持第一人：对，还和他一块生活但是她其实已经死了。

嘉宾：但是它是搞笑的鬼片。

嘉宾：所以它的泰国卖最多钱。

韩冰：是。泰国的恐怖片的特点是什么，鬼不是在你外面可是在你心里。但是我们的特

点是我们可以把恐怖电影变成搞笑的。比如说最近那个《鬼妻》其实就是青春片，搞笑的青春片。泰国出克恐怖片电影意外，我们还有很多的。比如说《暹罗之恋》还有《初恋这件小事》还是最近那个《鬼妻》，但是我们特点是什么，除了温柔爱情那样，我们比较开放。比如说《暹罗之恋》就是年轻的同性恋的问题，还有那个《初恋这件小事》虽然很可爱的样子，但是实际上代表泰国年轻人的问题和生活。

布莱尔：一步泰国的电影叫《拳霸》里面是有泰国的功夫叫泰拳，所以我当时看的时候，我没有想到泰国人的功夫居然是这么厉害的，真的是非常非常好看。

พิธีกร2: ฉันชอบภาพยนตร์สยองขวัญของไทย

ผู้หย่า: ภาพยนตร์ที่มีชื่อเรื่องว่า “โปรแกรมหน้า วิญญาณอาฆาต”...

หานตงซิว: ผมเป็นคนหนึ่งที่ชอบภาพยนตร์สยองขวัญมากๆ ที่ชอบดูที่สุดคือคือภาพยนตร์สยองขวัญของไทย พวกเขาไม่เพียงแต่สร้างบรรยากาศหรือผี แต่ยังใช้จิตวิทยาของมนุษย์อีกด้วย

ต้าเวย์: ใช้หมอกที่จิตใจมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อสร้างความกลัวนี้

หานตงซิว: รายละเอียดทั้งหมดของโครงเรื่องมีความสำคัญมาก ดังนั้นผมจึงอยู่ในสถานะตั้งเครียดเวลาดูภาพยนตร์สยองขวัญของไทย

แขกรับเชิญ: เมื่อปีที่แล้วมีภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้ดีมาก ๆ ถือว่าอันดับหนึ่งของเมืองไทยมีชื่อเรื่องว่า “นางนาก” เป็นเรื่องที่เล่าถึงภรรยาที่เสียชีวิตหลังจากสามีไปเป็นทหาร หลังจากนั้นสามีกลับมาหา ภรรยาขอให้สามีกลับมาหาโดยตลอด

พิธีกร1: ใช่ เธอยังใช้ชีวิตอยู่กับเขาแต่ที่จริงเธอตายแล้ว

แขกรับเชิญ: แต่เป็นหนังผีที่ตกลง

แขกรับเชิญ: ดังนั้นจึงทำรายได้ดีมากที่สุดในประเทศไทย

หานปิง: ใช่ ลักษณะเฉพาะของหนังผีไทยคืออะไร คือผีไม่ได้อยู่ข้างนอก แต่อยู่ในจิตใจคุณ แต่ลักษณะเฉพาะของเราคือ เราสามารถเปลี่ยนหนังสยองขวัญให้เป็นหนังตลกได้ เช่น “นางนาก” ล่าสุดเป็นภาพยนตร์สำหรับเยาวชนเป็นหนังตลกสำหรับวัยรุ่น นอกจากภาพยนตร์สยองขวัญแล้วเรายังมีภาพยนตร์อยู่อีกหลากหลายแนว เช่น “รักแห่งสยาม” “สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก” หรืออย่างเรื่อง “นางนาก” แต่ลักษณะเด่นของเราคืออะไร นอกจากความรักที่อ่อนโยนแล้วเรายังเปิดกว้างมากขึ้น เช่น “รักแห่งสยาม” เป็นปัญหาของหนุ่มรักร่วมเพศและเรื่อง “สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก” ถึงแม้จะมีความน่ารัก แต่จริงๆ แล้วแสดงถึงปัญหาและชีวิตของวัยรุ่นในประเทศไทย

ปูไหลเออร์: ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “องค์บาก” ในเรื่องมีกังฟูไทยที่เรียกว่ามวยไทย เมื่อผมได้ดู ผมไม่คิดเลยว่ากังฟูของประเทศไทยจะยอดเยี่ยมขนาดนี้ สนุกมากจริงๆ

จากข้อ ความข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอภาพยนตร์ไทยไว้ว่า ภาพยนตร์สยองขวัญของไทยเป็นที่ชื่นชอบของต่างชาติเป็นอย่างมาก เนื่องจากไม่เพียงแต่สร้างความระทึกขวัญและหวาดกลัวแล้วยังใช้จิตวิทยาของมนุษย์มารวมเข้ากับการดำเนินเรื่องราวทำให้ผู้ชมยังรู้สึกหวาดกลัวและตกอยู่ในภวังค์แม้จะดูจบไปแล้ว และประเทศไทยค่อนข้างที่จะให้อิสระและเปิดกว้างทางความคิดในหลากหลายด้าน หนึ่งในนั้นก็คือด้านการแสดง จะเห็นได้ว่านักแสดงในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นเพศไหนก็สามารถเป็นนักแสดงได้ หากมีคุณสมบัติและ

ทักษะการแสดงที่โดดเด่นและหมั่นพัฒนาตัวเอง อยู่เสมอ อีกทั้งยังเปิดกว้างในการสร้างสรรค์งาน ศิลปะแนวใหม่ ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ไทย แนวต่อสู้ที่นำเสนอศิลปะการต่อสู้ของไทย เช่น องค์บาก ต้มยำกุ้ง เป็นต้น ที่ได้มีการนำ มวยไทย ซึ่งศิลปะการต่อสู้ของชาติไทยอันเป็นเอกลักษณ์ มาสร้างภาพยนตร์แอ็กชันแบบไทย ทำให้เกิด ภาพยนตร์ประเภทศิลปะการต่อสู้แบบไทย ที่มีเอกลักษณ์ มีฉากแอ็กชันที่น่าตื่นตาตื่นใจตลอด ทั้งเรื่อง จึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์เชิงบวก

2.7.2 ด้านโฆษณา

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอ ด้านโฆษณาของประเทศไทยในตอนี่ 54 ของ รายการ (วันที่ 1 ธันวาคม 2559) ดังต่อไปนี้

费丹尼：我以前看到的泰国的广告非常有意思，他们想的那些东西真的很厉害，那个广告我看了3分钟，可是我觉得3分钟对一个广告来讲是太长的时间了，对不对。如果泰国那边可以把这个时间变短，然后把所有的重点放在这短的时间，我觉得真的会变很厉害。

韩冰：为什么一个广告其他国家做30秒我们可以做成3分钟，因为我们广告大开脑洞有意思，你3分钟看你都不感觉“哎呦垃圾广告”。

吴雨翔：但是说实话这个点真还是变厉害的，因为他拍了一个3分钟的一个广告，然后从开始到最后就保持这个刺激感，你看那个3分钟的广告还是有那么多创意，这个很厉害。

เฟียตานิหนิ：โฆษณาของไทยที่ผมเคยเห็นนั้นน่าสนใจมาก สิ่งที่พวกเขาจินตนาการที่สุดยอดมาก ผมดูโฆษณานั้นเป็นเวลา 3 นาที แต่ผมคิดว่า 3 นาทีนานเกินไปสำหรับโฆษณาใหม่ ถ้าประเทศไทยสามารถย่อเวลาให้สั้นลงและเอาประเด็นใส่ไว้ในช่วงเวลาสั้นๆ ผมคิดว่ามันจะต้องยอดเยี่ยมมากๆ

ห่านปิง：ทำไมโฆษณาในประเทศอื่นๆ ถึงทำ 30 วินาทีและเราทำเป็น 3 นาที เพราะโฆษณาของเราน่าสนใจมากจนคุณไม่รู้สึกรู้ว่า “โฆษณายะ” หลังจากดูเสร็จภายใน 3 นาที

อุ๋อวิ๋เสียง：แต่พูดตามตรง ประเด็นนี้สุดยอดมาก เพราะในโฆษณาหนึ่งเขาใช้เวลา 3 นาที แล้วก็รักษาความตื่นเต้นไว้ได้ตั้งแต่ต้นจนจบ คุณจะเห็นว่าโฆษณา 3 นาทีก็ยังมีความคิดสร้างสรรค์มากมายขนาดนี้ นี่มันสุดยอดมาก

จากข้อ ความข้าง ต้น ตัวแทน ประเทศไทยได้นำเสนอโฆษณาไทยไว้ว่า โฆษณาไทยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและสังคมของประเทศไทย ถึงแม้จะมีความยาวของโฆษณาที่ค่อนข้างนานแต่กลับทำให้ผู้ชมไม่รู้สึกรู้เบื่อหน่าย มีความตื่นเต้นตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ และมีความคิดสร้างสรรค์มากมายสอดแทรกอยู่ในเนื้อหา ดังนั้น โฆษณาของประเทศไทยจึงที่ได้รับความนิยมชื่นชอบเป็นอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์เชิงบวก

2.7.3 ด้านการโพสท่าถ่ายรูป

ตัวแทนประเทศไทยได้มีการนำเสนอ ด้านการโพสท่าถ่ายรูปของคนไทยในตอนี่ 52 ของรายการ (วันที่ 17 พฤศจิกายน 2559) ดังต่อไปนี้

韩冰：因为我们是一个微笑国家、快乐国家，我们拍照最重要并不是为了好看，就是因为让你开心，有幽默感。然后最重要为什么我说我不同意造型不重要，造型非常重要。比如说在泰国最近有一位网红“แม่บ้านมีหนวด”翻译成中文就是有胡子的太太，他到泰国各地然后他摆造型，比如说这（打开图片）你可以看到吗虽然风景很一般，但是他造型非常有意思。

ห่านปิง：因为我们是一个ประเทศแห่งรอยยิ้มและเป็นประเทศแห่งความสุข สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับเราในการถ่ายภาพไม่ใช่ต้อง

ดูดี แต่เพื่อให้คุณมีความสุขและมีอารมณ์ขัน และที่สำคัญที่สุด ทำไมผมถึงบอกว่าผมไม่เห็นด้วยว่าการโพสท่าถ่ายรูปไม่สำคัญ โพสท่าถ่ายรูปเป็นสิ่งสำคัญมาก ตัวอย่างเช่น เมื่อเร็วๆ นี้มีเน็ตไอดอลที่ชื่อว่า “แม่บ้านมีหนวด” ที่แปลเป็นภาษาจีนว่า ภรรยาที่มีเครา เขาไปที่ต่างๆ ในประเทศไทยแล้วโพสท่าถ่ายรูป อย่างเช่นแบบนี้ (ให้ดูรูป) แม้ว่าทิวทัศน์จะธรรมดาแต่การโพสท่าของเขากลับน่าสนใจมาก

จากข้อความข้างต้นตัวแทนประเทศไทยได้นำเสนอการโพสท่าถ่ายรูปของคนไทยไว้ว่า ประเทศไทยเป็นที่เลื่องลือในชาวหมู่ต่างชาติว่าเป็น สยามเมืองยิ้ม ทำให้คนในประเทศมักจะแสดงออกถึงความอารมณ์ดีอารมณ์ขันอยู่บ่อยครั้ง การโพสท่าถ่ายรูปหลายๆ คนจึงมักจะแต่งตัวและโพสท่าถ่ายรูปออกมาให้รูปดูแปลกตาและดูน่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้คนที่ได้พบเห็นรู้สึกตื่นตาตื่นใจกับรูปภาพเหล่านั้นและมองเห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นภาพลักษณ์เชิงบวก

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์พบว่าตัวแทนประเทศไทยได้มีการบรรยายถึงศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ของประเทศไทยจำนวน 3 ประเภท ได้แก่ ด้านภาพยนตร์ ด้านโฆษณา และด้านการโพสท่าถ่ายรูป ซึ่งศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ได้หยิบยกขึ้นมากล่าวถึงนี้แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยเป็นอย่างมาก มีความอิสระและเปิดกว้างทางความคิดในหลากหลายด้าน ทั้งยังเป็นประเทศที่ชาวต่างชาติต่างขนานนามว่าเป็นประเทศแห่งรอยยิ้มและเป็นประเทศแห่งความสุข ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการโทรทัศน์จีน: กรณีศึกษารายการวไรตี้ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียซิงเหนียนซัว” ในมุมมองด้านวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 12 ด้าน ได้แก่ ด้านอาหาร ด้านสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความกตัญญู ด้านความเชื่อ ด้านประเพณี ด้านค่านิยม ด้านกฎหมาย ด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ และด้านภาษาถิ่น ซึ่งตรงกับกรอบแนวคิดที่ตั้งไว้ และสามารถแบ่งภาพลักษณ์ประเทศไทยออกเป็น 2 ประเภทคือ ภาพลักษณ์เชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบจากการศึกษาภาพลักษณ์ประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นภาพลักษณ์เชิงบวก ได้แก่ ด้านอาหาร ด้านสุขภาพ ความเชื่อทางสังคม ประเพณี ด้านค่านิยม ด้านกฎหมาย ด้านภาพยนตร์ ด้านโฆษณา ด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ และด้านภาษาถิ่น อย่างไรก็ตามมีเพียง 2 ด้านเท่านั้นที่ปรากฏเป็นภาพลักษณ์เชิงลบ ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการวไรตี้ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียซิงเหนียนซัว” เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์โดยคนในวัฒนธรรม จึงปรากฏภาพลักษณ์เชิงบวกมากกว่าภาพลักษณ์เชิงลบ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. การศึกษานี้เป็นเพียงแนวทางในการศึกษาการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านรายการโทรทัศน์จีน: กรณีศึกษารายการวไรตี้ทอล์กโชว์ “ชื่อเจียซิงเหนียนซัว” ซึ่งกำหนดขอบเขตของการศึกษาเพียง 1 รายการเท่านั้น หากผู้ใดสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติม สามารถขยายขอบเขตรายการโทรทัศน์เชิงวัฒนธรรมมาเปรียบเทียบและศึกษาต่อไปได้

2. การศึกษาค้นคว้านี้เป็นเพียงแนวทางในการศึกษาการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยโดยกว้างๆ หากผู้ใดสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมสามารถกำหนดขอบเขตให้แคบลงได้โดยวิเคราะห์

ไปถึงภาพลักษณ์ประเทศไทยเชิงลึกในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เช่น ภาพลักษณ์ด้านอาหาร ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ ภาพลักษณ์ด้านโฆษณา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

งามพิศ สัตย์สงวน (2538). *หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เฉาเช่อฝาน และ หวังฉวิน. (2002). *ศิลปะแห่งการเป็นพิธีกรรายการทอล์กโชว์*. Shanghai Academy of Social Sciences Press.

ชัยยงค์พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์. (2547). *ความรู้เรื่องรูปแบบรายการโทรทัศน์*. <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter9-3.html>

ถางกวางหง. (2547). *เกี่ยวกับภาพลักษณ์ประเทศ*. International Studies.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน*. ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

อมรา พงศาพิชญ์. (2541). *วัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์: วิเคราะห์สังคมไทยแนวมานุษยวิทยา*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุ๋อ้ว. (2005). *การแพร่ภาพทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และโฮสติ้งร่วมสมัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). Fudan University Press.

Jefkins, F. (1982). *Public relations mode simple*. Heinemann.

Kotler, P. (1997). *Marketing management*. Prentice Hall.