



Applying Lanna Culture to Develop Film Media through Action Research

Parin Kritsunthon¹ & Nantasit Kittiwarakul²

Received	Reviewed	Revised	Accepted
09/11/2024	21/11/2024	28/11/2024	28/11/2024

Abstract

The creative industries are a vital sector contributing significantly to Thailand's economy. This study aims to investigate the application of Lanna history and culture in film production. It is part of the project titled *"Research and Development to Elevate Thai Film Production to the Global Market and Develop Internationally Competent Human Resources Using Lanna History and Culture." This project is funded by the Thailand Science Research and Innovation Administration Division (TSRI) through a participatory action research approach.

The study's findings are summarized as follows: 1. Application of Lanna Culture: Lanna cultural elements were incorporated into five films through themes such as beliefs, arts, performing arts, cuisine, and local festivals. 2. Cultural Recognition: The films effectively enhanced audience recognition and awareness of Lanna culture. 3. Economic Dimension: Films demonstrated the potential to promote film tourism among viewers. For filmmakers, film production contributed to local economic growth by utilizing provincial locations for shooting. 4. Cultural Dimension: While cultural elements were included, filmmakers were not sufficiently effective in presenting Lanna culture comprehensively. Audiences needed prior knowledge of Lanna culture to fully engage with the films. This contrasts with more familiar cultural narratives, such as Isan culture, which viewers typically have foundational knowledge of.

The study concludes that Lanna culture is intricate and multifaceted, making it challenging to convey its essence fully through a single medium such as film. Familiarizing audiences with Lanna culture requires the integration of other media platforms. Despite its strong cultural potential, Lanna culture's development is hindered by a lack of opportunities and support at local and provincial levels. Enhancing access

¹ Chiang Mai University, E-mail: parin.krit@cmu.ac.th

² Chiang Mai University, E-mail: nantasit.k@cmu.ac.th



and providing platforms for local filmmakers are critical to fostering a sustainable and robust local film industry.

Keywords: Lanna culture, Film; Cultural adaptation; Film production; Action research



การประยุกต์วัฒนธรรมล้านนาเพื่อพัฒนาสื่อภาพยนตร์ ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

ปริญญ์ ฤกษ์สุนทร¹ และนันท์สิทธิ์ กิตติวรากล²

บทคัดย่อ

ตามด้วยยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศไทย อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (CREATIVE INDUSTRIES) เป็นส่วนสำคัญในการก่อเกิดรายได้กับประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนาสำหรับการผลิตสื่อภาพยนตร์ โดยเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ“วิจัยและพัฒนายกระดับการสร้างภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดโลกและพัฒนากำลังคนที่เกี่ยวข้องชาวนระดับสากล โดยใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา” โครงการดังกล่าวได้รับเงินทุนสนับสนุนจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคนและทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม หรือ บพค. ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

ผลการศึกษาพบว่า 1) มีการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาจากภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่อง ผ่านประเด็นเรื่อง ความเชื่อ ศิลปะ ศิลปะนาฏกรรม อาหาร รวมไปถึงเทศกาลประจำท้องถิ่น 2) ภาพยนตร์สามารถสร้างการจดจำวัฒนธรรมล้านนาให้แก่ผู้ชมได้ดี 3) ในมิติด้านเศรษฐกิจ ภาพยนตร์มีความสามารถในการต่อยอดให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ในกลุ่มผู้ชม ด้านผู้ผลิตภาพยนตร์สามารถช่วยสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนจากการถ่ายทำภาพยนตร์ในพื้นที่จังหวัดต่างๆ 4) ในมิติด้านวัฒนธรรม ผู้ผลิตภาพยนตร์ยังนำเสนอได้ไม่เพียงพอ ผู้ชมต้องมีพื้นฐานความรู้ทางวัฒนธรรมล้านนาถึงจะมีความรู้สึกร่วมในการรับชม ซึ่งแตกต่างวัฒนธรรมอื่นที่ผู้ชมมีคุ้นเคยและมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมนั้นๆ ร่วมอยู่ เช่น วัฒนธรรมอีสาน เป็นต้น ข้อเสนอแนะวิจัยได้แก่ วัฒนธรรมล้านนานั้นมีความซับซ้อนและมีรายละเอียดอีกมาก สื่อภาพยนตร์สื่อเดียวไม่สามารถถ่ายทอดได้เต็มประสิทธิภาพ แต่ต้องอาศัยพื้นที่สื่อประเภทอื่นๆ ในการสร้างความคุ้นเคยให้แก่ผู้ชม เนื่องจากต้นทุนวัฒนธรรมล้านนานั้นมีความพร้อมแล้ว ขาดแต่โอกาสและการสนับสนุนในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัดในการให้โอกาสผู้ผลิตภาพยนตร์ในการให้พื้นที่ให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ระดับท้องถิ่นจึงจะสามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ในระดับท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมล้านนา; ภาพยนตร์; การประยุกต์ใช้วัฒนธรรม; การผลิตภาพยนตร์; วิจัยเชิงปฏิบัติการ

¹ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, E-mail: parin.krit@cmu.ac.th

² มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, E-mail: nantasit.k@cmu.ac.th



บทนำ

ตามด้วยยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศไทย กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือ อว.ที่มีความต้องการให้ยกระดับขีดความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมขั้นแนวหน้าในองค์ความรู้ด้านสายสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานด้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (CREATIVE INDUSTRIES) ให้ก่อเกิดรายได้กับประเทศไทย ประกอบกับการผลักดันในการส่งเสริมให้เกิดการนำเอาวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาคของประเทศไปใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอำนาจละมุน (Soft Power) ที่เปรียบเสมือนต้นทุนทางวัฒนธรรมในการผสมเข้ากับสื่อบันเทิง เนื่องจากคุณภาพที่โดดเด่นกว่าเนื้อหาชนิดอื่นแล้ว สื่อบันเทิงยังสามารถส่งเสริมและเชื่อมโยงต่อยอดเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจกับอุตสาหกรรมสาขาอื่นได้ อาทิเช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว สินค้า และบริการ ผ่านเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้าน สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร เครื่องแต่ง ภาษา ประเพณี เป็นต้น จากกระแส “อี-सानแมส อีสานพีเวอร์” ที่มีการนำเอาวัฒนธรรมมาประยุกต์และถ่ายทอดผ่านภาพยนตร์นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 จนถึงปัจจุบัน โดยมีภาพยนตร์อีสานกว่า 54 เรื่องเข้าฉายในโรงภาพยนตร์มากกว่าทศวรรษกว่าปี พ.ศ.2550 (Somboon & Chummuangpak, 2020)

แม้ว่าวัฒนธรรมไทยในภูมิภาคต่าง ๆ เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมล้านนากลับเริ่มหยุดนิ่ง เนื้อหาจากวัฒนธรรมล้านนากลับไม่ได้เติบโตตามเนื้อหาวัฒนธรรมในภูมิภาคอื่นๆ ทั้งที่ในความเป็นจริงวัฒนธรรมล้านนาเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วไปตามกระแสเศรษฐกิจและสังคมโลก การแข่งขันวัฒนธรรมล้านนาเหล่านี้ ทำให้วัฒนธรรมล้านนาถูกดึงให้ห่างจากวิถีชีวิตผู้คนไปเรื่อย ๆ ผู้คนขาดความเข้าใจพื้นฐานของวัฒนธรรมล้านนา ส่งผลให้การประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาเพื่อการพัฒนาเนื้อหาผ่านสื่อภาพยนตร์นั้นหยุดนิ่งลง

ดังนั้น การเสริมสร้างเนื้อหาทางวัฒนธรรมล้านนาและการพัฒนาศักยภาพแก่ผู้ผลิตจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทางคณะผู้วิจัยได้ดำเนินริเริ่มโครงการ “วิจัยและพัฒนายกระดับการสร้างภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดโลกและพัฒนากำลังคนที่เชี่ยวชาญระดับสากล โดยใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา” ซึ่งโครงการดังกล่าวได้รับเงินทุนสนับสนุนจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคนและทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม หรือ บพค. โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ในการผลิตภาพยนตร์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมล้านนาอย่างกลมกลืน บทความนี้ทำการศึกษาการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาเพื่อพัฒนาสื่อภาพยนตร์ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยศึกษาวิธีการประยุกต์นำเอาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา อันได้แก่ วัฒนธรรมร่วมระหว่างพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือ จากผู้เชี่ยวชาญวัฒนธรรมล้านนามาใช้สำหรับการสร้างภาพยนตร์ ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตภาพยนตร์ทั้งในระดับชาติและในระดับสากลเป็นผู้ให้

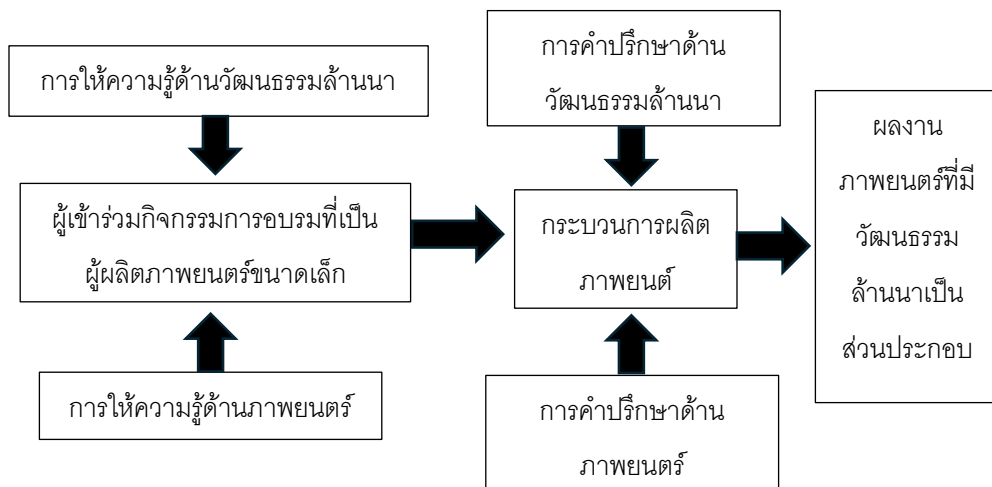


ความรู้ ให้คำแนะนำ พร้อมข้อคิดเห็นในกระบวนการผลิตตั้งแต่ขั้นเริ่มต้น จนถึงขั้นผลิตภาพยนตร์จนเสร็จสมบูรณ์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อประยุกต์ใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา (วัฒนธรรมร่วมระหว่างพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือ) สำหรับการผลิตสื่อภาพยนตร์.

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

“การประยุกต์วัฒนธรรมล้านนาเพื่อพัฒนาสื่อภาพยนตร์ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ” เป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการวิจัยและพัฒนายกระดับการสร้างภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดโลก และพัฒนากำลังคนที่เกี่ยวข้องชาญระดับสากล โดยใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา” เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยคณะผู้วิจัยมีการดำเนินการวิจัยนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ผู้เข้าร่วมอบรม ให้มีสมาชิกจำนวน 10 คน จะต้องมึนักศึกษาทางด้านภาพยนตร์หรือสื่ออย่างน้อย 5 คน หรือ หากเป็นประชาชนทั่วไป จะต้องเป็นผู้ประกอบวิชาชีพในการผลิตภาพยนตร์หรือสื่อขนาดเล็ก ไม่เคยมีผลงานภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ หรือ ไม่เคยผลิตผลงานสื่อเผยแพร่ในสื่อกระแสหลักทั้งทางช่องโทรทัศน์ดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ที่มียอดผู้ติดตามเกิน 1 แสนอย่างน้อย 5 คน ประกอบกับผู้เข้าร่วมจะต้องส่งหัวข้อโครงการภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมล้านนาความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4 เพื่อพิจารณาเข้ารับการอบรมและทำการคัดเลือก



ให้เหลือ 10 กลุ่ม หลังจากนั้นผู้เข้าร่วมจะต้องทำการนำเสนอโครงการผลิตภาพยนตร์ในเนื้อหาที่มีเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมล้านนาเพื่อขอรับทุนผลิตภาพยนตร์ ซึ่งจะมีกลุ่มที่ได้รับเงินทุนในการผลิตภาพยนตร์จำนวน 5 กลุ่ม กลุ่มละ 500,000 บาท 2) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาพยนตร์ เป็นผู้ที่มีผลงานภาพยนตร์ในระดับชาติและระดับนานาชาติ และเคยได้รับรางวัลในระดับชาติหรือนานาชาติในสาขาใดสาขาหนึ่งในสื่อภาพยนตร์ จำนวน 3 คน 3) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีผลงานทางวิชาการและได้รับการตีพิมพ์ในวารสารกลุ่มสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ระดับชาติหรือระดับนานาชาติ จำนวน 3 คน 4) ผู้ดูแลกลุ่มตามเนื้อหา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 4.1) ผู้ดูแลกลุ่มด้านภาพยนตร์ จำนวน 2 คน และ 4.2) ผู้ดูแลกลุ่มด้านวัฒนธรรมล้านนา จำนวน 2 คน ลำดับสุดท้าย 5) กลุ่มเข้าชมภาพยนตร์ เป็นผู้ที่มีความสนใจและชื่นชอบภาพยนตร์ที่มีการดำเนินเนื้อหาด้านวัฒนธรรมเป็นจุดขายหลัก จำนวน 100 คน

การสร้างเครื่องมือการวิจัย

1) การสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) นำเสนอแบบคำถามสัมภาษณ์ต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านประวัติศาสตร์ล้านนาได้แก่ (1) ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ธเนศวร เจริญเมือง ผู้เชี่ยวชาญด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ล้านนา คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2) รองศาสตราจารย์สมโชค อ่องสกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ล้านนา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ (3) สนั่น ธรรมธิ นักวิชาการชำนาญการพิเศษ สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาพยนตร์ได้แก่ (1) ปรัชญา ปิ่นแก้ว ผู้กำกับภาพยนตร์ไทย นักเขียนบทภาพยนตร์ และ ผู้ควบคุมการสร้างภาพยนตร์ไทย และ (2) พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ ผู้กำกับภาพยนตร์ไทย นักเขียนบทภาพยนตร์ และ ผู้ควบคุมการสร้างภาพยนตร์ไทย

เครื่องมือในการวิจัย

1) แบบคำถามสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้จัดทำแบบคำถามรูปแบบกึ่งโครงสร้างของคำถามที่กำหนดไว้กว้างๆ และมีการปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ ประกอบไปด้วยประเด็นคำถาม 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลกลุ่มผู้เข้าร่วมการอบรม ตอนที่ 2 ประเด็นข้อคำถามการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาในการผลิตภาพยนตร์ และ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้ 1.1) ผู้เข้าอบรมในระดับหัวหน้ากลุ่มและสมาชิกกลุ่ม 1.2) วิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนตร์ และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา 1.3) ผู้ดูแลกลุ่ม และ 1.4) ผู้เข้าชมภาพยนตร์ทั่วไป



วิธีการเก็บข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ใช้ 1. วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กับ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ 1) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาพยนตร์ 2) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา และ 3) ผู้ดูแลกลุ่ม 2. การจัดสนทนากลุ่ม กับ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ 1) ผู้เข้าร่วมอบรม แบ่งออกเป็นจำนวน 5 กลุ่มในการสนทนากลุ่ม และ 2) กลุ่มเข้าชมภาพยนตร์ แบ่งออกเป็นจำนวน 10 กลุ่ม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย พร้อมทั้งคณะผู้วิจัยพร้อมกับผู้ช่วยวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ สังเกตและจดรายละเอียดและถ่ายภาพ ณ วันฝึกอบรมโครงการทั้งก่อนเริ่มต้นกิจกรรม และหลังจากกิจกรรมการอบรมเสร็จสิ้น ณ พื้นที่คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นการสัมภาษณ์ตามกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปข้อค้นพบ โดยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างข้อค้นพบจากการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1 การเตรียมการก่อนปฏิบัติการวิจัย ประกอบไปด้วย 1) การแบ่งลักษณะกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ, เนื้อหาระยะเวลาของโครงการวิจัย, การคัดเลือกวิทยากรผู้ให้ความรู้ด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมล้านนา และผู้ให้ความรู้ด้านภาพยนตร์ที่มีความตรงกับเนื้อหาของกิจกรรม โดยกิจกรรมการอบรมเนื้อหาด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมล้านนาและด้านภาพยนตร์ได้แบ่งออกเป็น 2 วัน อบรมเนื้อหาแต่ละ 8 ชั่วโมง รวมเวลา 16 ชั่วโมง โดยคณะผู้วิจัยต้องคำนึงถึงความสะดวกคล่องกับระยะเวลาของการดำเนินโครงการ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีเวลาเพียงพอในการคิดสร้างสรรค์ผลงานเพื่อการนำเสนอโครงการภาพยนตร์แกววิทยากร และคณะกรรมการในการพิจารณาการให้คะแนน และทำการคัดเลือกกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการ

ขั้นที่ 2 การปฏิบัติการวิจัย ประกอบไปด้วย ก่อนเริ่มการอบรมคณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับผู้เข้าร่วมอบรม เพื่อให้ทราบถึงองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนาของผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่ม เพื่อประเมินความรู้ก่อนการอบรม หลังจากผู้เข้าร่วมอบรมผ่านการอบรมเนื้อหาทั้ง 2 วันเสร็จสิ้น คณะผู้วิจัยจึงทำการสนทนากลุ่มเพื่อประเมินองค์ความรู้ที่กลุ่มผู้เข้าอบรมได้รับจากวิทยากรที่สามารถนำไปใช้ในการผลิตชิ้นงานเพื่อนำเสนอโครงการ (Concept paper) ในการขอรับทุนการผลิตภาพยนตร์ พร้อมได้ประกาศรายชื่อที่ได้เข้ารับทุนจำนวน 5 กลุ่ม หลังจากการอบรมแล้วเสร็จเป็นเวลา 1 เดือน ในลำดับต่อมา คณะผู้วิจัยได้จัดให้ผู้ดูแลกลุ่มตามเนื้อหาในอบรมจำนวน 4 คน คอยให้คำแนะนำปรึกษากลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์ โดยแบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตภาพยนตร์จำนวน 2 คน และด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนาจำนวน 2 คน โดยให้คำปรึกษาเนื้อหา 2 ด้าน ด้าน



ละ 10 ครั้ง รวม 20 ครั้ง ประกอบกับคณะผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลจากการปรึกษาระหว่างกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์และผู้ดูแลกลุ่มทั้งในการปัญหาและอุปสรรคในการผลิตภาพยนตร์ รวมไปถึงการนำเอาวัฒนธรรมล้านนาไปประยุกต์ใช้ในภาพยนตร์ผ่านคำแนะนำของกลุ่มผู้ผลิตผ่านบันทึกการปฏิบัติงานและการรายงานความก้าวหน้าของผู้ดูแลกลุ่ม เพื่อเป็นการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ทั้งฝั่งกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์และผู้ดูแลกลุ่ม

ขั้นที่ 3 การประเมินและสรุปผลการวิจัย ประกอบไปด้วย หลังจากการผลิตภาพยนตร์ได้เสร็จสิ้น คณะผู้วิจัยได้นำการประเมินจากคณะกรรมการ และความคิดเห็นของกลุ่มผู้เข้าชมภาพยนตร์มาเป็นข้อมูลในการวิจัย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลอย่างเป็นระบบ โดยยึดหลักการสรุปรายงานบนพื้นฐานข้อมูลที่เป็นจริง และอภิปรายผลที่มีการอ้างอิงตามหลักวิชาการ

ผลการวิจัย

การประยุกต์ใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนา (วัฒนธรรมร่วมระหว่างพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือ) สำหรับการผลิตสื่อภาพยนตร์

การศึกษาการประยุกต์ใช้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนาสามารถสร้างสรรค์สื่อภาพยนตร์ที่มีการใช้วัฒนธรรมล้านนาสอดแทรกเข้าไปในภาพยนตร์จำนวน 5 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) Quantum Red Car อุบัติชีวิต พิชิตรถแดง ประเภท วิทยาศาสตร์ / ผจญภัย / ตลก

ลิงก์ในการรับชม <https://youtu.be/9LOgZaKhaG4?si=2YqTgrOHdirj7qBJ>

เนื้อเรื่องย่อ

“สอง” ตัวเอกของเรื่องอาศัยที่กรุงเทพฯ มีนิสัยขี้ลืม แม่ของเขามักมีอาการความจำเสื่อม เขายายมาของใช้ของแม่เอามาให้แม่ดูอยู่เสมอเพื่อฟื้นความจำ แต่เมื่อแม่อาการหนักขึ้น สองจึงต้องขึ้นไปยังบ้านที่เชียงใหม่เพื่อเอาของใช้ของแม่รวมถึงไดอารี่ เพื่อช่วยเรียกความจำของแม่กลับคืนมา เมื่อสองมาเชียงใหม่ ได้มีคนขับรถแดงก็เสนอว่าจะพาไปเชียงใหม่ให้ สองได้เจอผีโพง และได้หนีมาหยุดบ้านหลังหนึ่ง สองได้พบกับผู้หญิงเจ้าของบ้านหน้าตาคล้ายยายของเขาแต่ยังไม่แก่ชราและลูกสาวของเจ้าของบ้าน เขาจึงเริ่มเข้าใจแล้วว่า เหตุการณ์ที่ได้เจอนั้น คือการที่สองได้ย้อนเวลามาอยู่ในอดีต สองจึงได้ไปยังห้องแม่ของเขาสมัยยังสาว พร้อมกับได้พบว่าบนโต๊ะมีตลับเทป ไมโครโฟน และเครื่องบันทึกเสียงของเขาด้วย ก่อนที่จะเขียนข้อความไว้หลังว่า “อย่าลืมผมนะ” เพื่อเป็นการย้ำเตือนแม่ของเขาให้จำเขาได้ในอนาคต และเมื่อสองได้กลับมาปัจจุบันและนำสิ่งของกลับมายังบ้านที่กรุงเทพฯ แต่เมื่อแม่ออกมาเปิดประตู แม่ก็ทำหน้าประหลาดใจ และมีเสียงใครอีกคนดังมาจากในบ้าน ซึ่งเป็นสองเหมือนกัน แต่บุคลิกดูเรียบร้อยกว่า



Table 2 ตารางแสดงการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์เรื่องอุบัติเหตุ พิชิตรถแดง

ประเด็น	รายละเอียดเนื้อหา
ด้านแฟชั่น	ภายในภาพยนตร์ตัวละครผู้หญิงใส่เสื้อผ้าพื้นเมืองล้านนาสีขาว และซิ่น
ด้านอาหาร	มีภาพอาหารขันโตก ที่ประกอบไปด้วยอาหารประเภทน้ำพริก ผักต้ม และข้าวเหนียว พร้อมภาพการใช้มือเปล่าในจับอาหารในการรับประทาน
ด้านความเชื่อ	มีภาพผีโพง ที่มีลักษณะแสงไฟริบหรี่ๆ แดงๆ อยู่กลางทุ่ง ถูกใช้ประกอบในการดำเนินเนื้อเรื่อง
ด้านเทศกาล	มีภาพแสดงให้เห็นถึงวิธีการทำโคมผัดและมีลวดลายหลากหลายแบบ เพื่อนำใช้ในประกอบงานลอยกระทงยี่เป็ง
ด้านการต่อสู้	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านการต่อสู้บนภาพยนตร์

นอกจากนี้ยังพบการใช้วัฒนธรรมล้านนาด้านอื่นๆ ที่ปรากฏในภาพยนตร์อีกเช่น ด้านสถานที่ มีภาพดอยเชียงดาว ถูกใช้เป็นฉากหลังที่สำคัญของการดำเนินเรื่อง โดยผู้ผลิตได้เน้นย้ำภาพดอกเทียนนกแก้วที่ถูกใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบฉากที่มีความสำคัญต่อเนื้อเรื่อง ด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ ผู้ผลิตแสดงให้เห็นถึงภาพของผู้คนในวัฒนธรรมล้านนาในลักษณะกิริยาเรียบร้อย คำพูดคำจา น้ำเสียงมีความนุ่มนวล มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อีกทั้งยังได้ใช้รถแดง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของยานพาหนะที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในการดำเนินเรื่องหลัก ด้านเพลงประกอบภาพยนตร์มีการใช้เพลง ชื่นดอย จากศิลปินสุเทพ ใช้ประกอบเนื้อเรื่องในช่วงต้นเพื่อเป็นการเชิญชวนให้ตัวละครตัดสินใจในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

2) *Sattapan สัตตภัณฑ์* ประเภท ธรรมมา / โรแมนติก

ลิงก์ในการรับชม https://youtu.be/RSeWvxbGfJg?si=_yNoSBxxaXtY97M

เนื้อเรื่องย่อ

“ลูลู่” สาวชาวไตหัวน นายหนารับซื้อของเก่า ได้รับคำสั่งให้ตามหาสัตว์ศักดิ์สิทธิ์โบราณเพื่อนำขายให้ลูกค้าในต่างประเทศ เธอพยายามหาแต่ก็ไม่เจอสักที จนเธอได้เจอกับ “แซมบี้” พนักงานขี่รถส่งของที่เป็นหนี้ครอบครัวรายวัน เมื่อทั้ง 2 ได้เจอกัน ลูลู่เสนอให้แซมบี้ช่วยหาสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ภายใน 2 วัน โดยลูลู่ยอมจ่ายเงินส่วนหนึ่งมาให้ก่อน ในระหว่างการตามหาสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ตามสถานที่ต่างๆ ทำให้คู่สนทนสนมกันมากขึ้น ในท้ายที่สุดก็สามารถนำสัตว์ศักดิ์สิทธิ์มาได้ แต่ปรากฏว่ามันไม่ใช่ของโบราณ ทำให้ลูลู่ไม่พอใจมากและคิดว่าแซมบี้โกงเงินของเธอไป จึงทำให้แซมบี้ต้องตามไปทวงเงินกับหนานายคีน หนานายสัญญาว่าจะเอาเงินมาคืน แต่ในคืนนั้น แซมบี้ฝันว่าไปอยู่แสงได้มาเตือนว่า อย่าไปยุ่งกับสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ เพราะว่าภัยร้ายมายังตัวแซมบี้ จนเช้าวันต่อมา แซมบี้ได้ทราบข่าวนายหนานายเสียชีวิตแล้ว และคิดว่าคงไม่ได้เงินคืนแล้ว ประกอบกับลูลู่กำลังเดินทางกลับประเทศ ทำให้แซมบี้ต้องรีบไปส่นามบิน เมื่อแซมบี้ได้



ตามลู่มาถึงสนามบิน ลู่เดินเข้ามาหาแล้วบอกว่า จะให้เวลาตามหาสัตว์กันอีก 1 เดือน แชมป์คุยเรื่องสัตว์กันกับพี่ชาย แล้วได้เสนอว่า ให้ทำสัตว์กันขึ้นมาใหม่ แต่ทำให้ดูเก่าก็เพียงพอแล้ว

Table 3 ตารางแสดงการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์เรื่อง สัตว์กัน

ประเด็น	รายละเอียดเนื้อหา
ด้านแฟชั่น	มีภาพการใส่เสื้อม่อฮ่อม และชุดเมืองล้านนาของตัวละครประกอบ โดยตัวละครหญิงจะใส่ซิ่น และมีการโพกผ้าที่ศีรษะ
ด้านอาหาร	มีภาพอาหารอย่างซอยจู้ พร้อมกระบวนการปรุง และมีภาพตัวละครทานข้าวซอย
ด้านความเชื่อ	มีภาพ ชุมประตูป่า ที่สามารถกันภูติผีได้ในช่วงยี่เป็ง, ภาพศาลผีปู่ย่า วิญญาณบรรพบุรุษที่ล่วงลับจะคอยคุ้มครองดูแลและช่วยเหลือลูกหลาน
ด้านเทศกาล	มีภาพโคมลอยในเทศกาลลอยกระทงยี่เป็ง
ด้านการต่อสู้	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านการต่อสู้บนภาพยนตร์

นอกจากนี้ยังมีภาพวัฒนธรรมล้านนาในด้านอื่นๆ อีก เช่น ด้านสถานที่ มีภาพแยกรินคำ ที่สถานที่จุดเด่นของตัวเมืองเชียงใหม่ ประกอบภาพมุมสูงที่ถ่ายจากตอยสุเทพ อีกทั้งวัดที่มีชื่อเสียงจังหวัดเชียงใหม่ อาทิ วัดพระสิงห์ วัดดวงดี วัดศาลาตวันพันเตา เป็นต้น ด้านวิถีและความเป็นอยู่ ผู้ผลิตต้องการถ่ายทอดให้เห็นภาพการใช้รถแดงในการเดินทางของตัวละครลู่ ภาพการผสมผสานระหว่างความทันสมัยในตัวเมืองสลับกับโบราณสถานล้านนา อาทิ สะพานข้าวเหล็ก กำแพงเมืองเชียงใหม่ เป็นต้น

3) *An Eternal Flavor* ลำป๋ลิ้ม ประเภท ละครเวที

ลิงก์ในการรับชม <https://youtu.be/Phsra3Amkl?si=jY-C8rP2blRyPtBR>

เนื้อเรื่องย่อ

“ปิ่น” นักเรียนหญิงชั้นม. 6 สามารถสอบติดมหาวิทยาลัยในกรุงเทพแต่ยังไม่กล้าบอกเรื่องนี้กับใครในครอบครัวยกเว้น พ่อของเธอ ปิ่นต้องการไปเรียนที่กรุงเทพ แต่เธอกลับว่า “ฟองจันทร์” คุณแม่ของเธอจะไม่ยอมให้เธิได้เรียนต่อ ฟองจันทร์ต้องการจะให้เธออยู่ช่วยดูแลร้านอาหารล้านนากิจการของครอบครัวและต้องคอยดู “ภา” ยายของเธอ ที่กำลังป่วยเป็นโรค อัลไซม์ในระยะที่ 2 ทำให้ยายกำลังจะสูญเสียความทรงจำทั้งหมด ส่งผลให้ปิ่นจึงเริ่มลังเลว่าการย้ายไปอยู่กรุงเทพตามความต้องการของตัวเอง ท่ามกลางความสับสนภายในครอบครัว ในท้ายที่สุดปิ่นตัดสินใจ เดินทางออกจากลำปางด้วยความรู้สึกเสียใจและเหลือไว้เพียง สมุดจดสูตรเมนูอาหารเมืองล้านนา และ รสชาติอาหาร รสมือที่ทำให้ปิ่นยังคงจดจำช่วงเวลาทั้งสามคนเคยใช้ด้วยกันผ่าน “ข้าวปิ่น” ขนมพื้นเมืองลำปาง และ อาหารเมือง



อีกหลายเมนูเป็นครั้งสุดท้าย ซึ่งเป็นสิ่งคุณยายได้ทำให้เธอ พร้อมกับยายขอให้เธอดังใจเรียนกับสิ่งที่เธอดังใจไว้

Table 4 ตารางแสดงการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์เรื่อง ลำป๋ลิ้ม

ประเด็น	รายละเอียดเนื้อหา
ด้านแฟชั่น	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านแฟชั่นบนภาพยนตร์
ด้านอาหาร	มีภาพสมุดบันทึกสูตรอาหารล้านนา จุดเด่นอยู่ที่เมนู ข้าวปั้น แกงฮังเล และ แหนมหมกไข่ และภาพกระบวนปลูกเมนูอาหาร
ด้านความเชื่อ	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านความเชื่อบนภาพยนตร์
ด้านเทศกาล	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านเทศกาลบนภาพยนตร์
ด้านการต่อสู้	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านการต่อสู้บนภาพยนตร์

นอกจากนี้ภายในภาพยนตร์เรื่องนี้ได้แสดงให้เห็นวัฒนธรรมล้านนาด้านภาษาผ่านบทสนทนาของตัวละครทั้งหมดของเรื่อง โดยบทสนทนาจะพูดเป็นภาษาล้านนาทั้งหมด อีกทั้งยังแสดงให้เห็นด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของตัวละครในเรื่องที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของผู้หญิงล้านนาที่มีความนุ่มนวลและยังมีเสน่ห์ปลายจวักของทั้ง 2 ตัวละครอย่าง ฟองจันทร์ และ ภา ที่พร้อมส่งต่อให้แก่ ปิ่น

4) *Keetchaiya คีตาไชยะ* ประเภท ละครมา / สร้างแรงบันดาลใจ

ลิงก์ในการรับชม <https://youtu.be/Lzjf69X-HOo?si=96Y0i4NNhO3PdHh0>

เนื้อเรื่องย่อ

“หมู่บ้าน “ศรีทรายมูล” ปีพ.ศ.2486 “อู๋ย(ปู่) บุญธรรม เป็นครูสอนกลองประจำหมู่บ้านที่อุทิศตนมาทั้งชีวิต และหวังให้ เดช เป็นผู้สืบทอด แต่เดชไม่อยากสืบทอดการเป็นครูสอนกลองต่อจากปู่ มองว่าการสืบทอดการเป็นพ่อครูสอนกลองนั้นไม่ใช่วิถีชีวิตที่ตนอยากจะเป็น “หล้า” ศิษย์รักคนสนิทของปู่ ชายวัยกลางคนประจำหมู่บ้าน “หนองปง” มาหลอกล่อให้ปู่ยกกลองให้ตนเพื่อจะนำไปสอนต่อ แต่หล้ากลับกลับเขากลับไปขายให้ทหารญี่ปุ่น เดชจึงตัดสินใจเดินทางไปหมู่บ้านหนองปงกับพรรคพวกและคิดแผนที่จะแอบขโมยกลองกลับมา แต่คนของหล้าและทหารญี่ปุ่นก็จับตัวเดชได้ก่อน เดชและหล้าทะเลาะและเบียดเบียนกันอยู่นาน ในสุดท้ายนายทหารญี่ปุ่นก็รู้ว่าหล้าได้กลองมาผิดวิธี จึงได้ทำให้หล้าและเดชตีแข่งกันหากใครชนะ กลองจะเป็นของผู้นั้น เดชจึงตกลงรับคำท้าเพื่อจะชิงกลองของหมู่บ้านกลับมา และท้ายที่สุดหล้าก็กลับมายอมรับในฝีมือการตีกลองของเดช และภาพได้ตัดมาเหตุการณ์หลังการแข่งขัน ทั้งเดชและหล้าได้ร่วมเป็นผู้สืบทอดการตีกลองชัยให้แก่เด็กรุ่นหลังและใช้ชีวิตอย่างสงบสุขร่วมกัน



Table 5 ตารางแสดงการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์เรื่อง คีตาไชยะ

ประเด็น	รายละเอียดเนื้อหา
ด้านแฟชั่น	มีภาพเสื้อม่อฮ่อมล้านนาในตัวละครชาย ด้านตัวละครหญิงมีการใส่ชุดพื้นเมืองและใส่ชิ้นประกอบการเกล้าผมด้วยดอกไม้
ด้านอาหาร	มีภาพอาหารขันโตก
ด้านความเชื่อ	มีภาพกลองชัยมงคลเพื่อประกอบพิธีขอฝน ประกอบกันอธิบายเรื่องหัวใจกลองที่เชื่อว่าหากกลองชัยที่ถูกสร้างขึ้นและมีการนำเอาหัวใจกลองใส่เข้าไป จะช่วยให้กลองใบนั้นมีเสียงที่ดังกังวานและมีเสียงไพเราะ
ด้านเทศกาล	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านเทศกาลบนภาพยนตร์
ด้านการต่อสู้	มีภาพการซ้อมเจิงดาบ และการตีกลองสะบัดชัย

นอกจากนี้ภายในภาพยนตร์ยังมีภาพวัฒนธรรมล้านนาด้านวิถีชีวิตของผู้คน เช่น ความเป็นอยู่ของคน ความกตัญญู การตอบแทนผู้มีพระคุณ อีกทั้งผู้ผลิตภาพยนตร์ยังได้แสดงภาพวัฒนธรรมล้านนาที่แสดงผ่านสถานที่ อาทิ เรือนไม้ที่ปักกาศัยที่ถูกประดับเสริมด้วยร่มล้านนา และบริเวณวัดที่ใช้ในการประลองตีกลองชัย

5) *The Illusion ภาวักจิต* ประเภท โรแมนติก / ดราม่า / แฟนตาซี

ลิงก์ในการรับชม <https://youtu.be/ONxUL6C4uB8?si=Bk7ucvA629X9sVOT>

เนื้อเรื่องย่อ

“ช่าง ชายหนุ่มผู้ใช้ช่างในการบำบัดรักษาผู้ป่วยอัลไซเมอร์ ณ จังหวัดลำปาง เขาไม่สามารถยอมรับความจริงได้ว่า ‘เอื้อง’ แฟนสาวของตนได้ตายไปแล้วจากอุบัติเหตุ ความยึดติดของเขาจึงได้สร้างมิติคู่ขนานที่แฟนสาวของเขายังมีชีวิตอยู่ขึ้นมาเพื่อหลอกตัวเองไปเรื่อย ๆ แต่หารู้ไม่ว่าเขากำลังสร้าง “ห้วง” ห้วงนี้ไม่ได้เกิดจากคนตาย หรือเอื้องที่ตายไปแล้ว แต่เกิดจากช่างที่ยังมีชีวิต ยังมีจิตผูกพันกับนางเอกอยู่ จึงทำให้ดวงวิญญาณของเธอไม่สามารถไปเกิดได้ เอื้องจะต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ช่างได้เริ่มต้นกับเส้นทางชีวิตใหม่ แทนการทิ้งชีวิตจริงของเขาเพื่อมาจมปลักอยู่ในมิติความฝันแห่งนั้นตลอดไป”

Table 6 ตารางแสดงการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์เรื่องภาวักจิต

ประเด็น	รายละเอียดเนื้อหา
ด้านแฟชั่น	มีภาพเสื้อผ้าพื้นเมืองล้านนาสีขาว ตัวละครชายจะมีการปรับให้ใส่ชุดสมัยนิยมทับลงไปยั้งเสื้อพื้นเมือง ด้านตัวละครหญิงจะใส่เสื้อพื้นเมืองเปิดแขน พร้อมใส่ซินปักลายช้างที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา อีกทั้งตัวละครยังเกล้าผมด้วยดอกไม้และแห่ที่เป็นชื่อเดียวกับตัวละครนางเอก



ด้านอาหาร	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านอาหารบนภาพยนตร์
ด้านความเชื่อ	ดอกเอื้องแซะตามความเชื่อทางวัฒนธรรมล้านนาเป็นสัญลักษณ์แห่งความรักและการรอคอย
ด้านเทศกาล	งานเทศกาลล่องสะเปา จังหวัดลำพูน โดยเทศกาลล่องสะเปาจะสื่อถึงการทำบุญบริจาคทาน และอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับ
ด้านการต่อสู้	ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านการต่อสู้บนภาพยนตร์

นอกจากนี้ยังมีการใช้วัฒนธรรมล้านนาในด้านอื่นๆ เป็นฉากหลังที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คนในวัฒนธรรมล้านนาอีก เช่น ปางช้าง อ.แม่ริม โดยเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินเนื้อเรื่อง มีการใช้พื้นที่วัดศรีหลวงเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการงานเทศกาลล่องสะเปา ของจังหวัดลำพูน อีกทั้งมีการใช้ภูมิทัศน์ตามเป็นฉากหลังในการดำเนินเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ ด้านเพลงประกอบภาพยนตร์ ทางผู้ผลิตภาพยนตร์ได้เลือกใช้เพลง ภาวคีจิตของศิลปิน ปู่จ่าน ลองไม้ค์ เวอร์ชันของ ปราง ปรางทิพย์ ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมล้านนาที่ชัดเจน ผ่านเครื่องดนตรีสะล้อที่ให้เสียงที่เป็นเอกลักษณ์ประกอบเครื่องสากลกีตาร์โปร่ง ร้องเข้าจังหวะด้วยกลอง ส่งเสริมให้เพลงประกอบทำให้เข้ากับบรรยากาศของภาพยนตร์

ผลสะท้อนผลงานภาพยนตร์จากคณะกรรมการ ผู้ดูแลกลุ่ม และผู้ชม

หลังจากผลงานภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องเสร็จสมบูรณ์ คณะผู้วิจัยได้นำผลงานภาพยนตร์จัดฉายภายใต้งานเทศกาล “Golden North Film Festival 2024: Rising Multiculture from Local to Global” ในวันที่ 24 – 25 กุมภาพันธ์ 2567 เพื่อให้เทศกาลนี้ได้รับรู้ในวงที่กว้างขึ้น ประกอบกับยังมีภาพยนตร์เรื่องอื่นๆ ที่จะได้รับการจัดฉายในเทศกาลเป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

Table 7 ตารางผลสะท้อนความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ชมประเภทต่างๆ

ประเด็นในการสะท้อนผลงานภาพยนตร์	ประเภทผู้ชม		
	1. คณะกรรมการโครงการและผู้ทรงคุณวุฒิ	2. ผู้ดูแลกลุ่ม	3. กลุ่มผู้ชมทั่วไป
1. คุณภาพของภาพยนตร์	1. คุณภาพผลงานเป็นที่ยอมรับได้ แต่ยังมีจุดบกพร่องของผลของการดำเนินเนื้อเรื่อง 2. ด้านเทคนิคด้านเสียงยังไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ระดับสากล อีกทั้งยังขาด	1. ความดึงดูดใจของเนื้อหาภาพยนตร์น้อย 2. เทคนิคทางภาพยนตร์ด้านการลำดับภาพและเสียงยังไม่ได้มาตรฐาน	1. คุณภาพของผลงานที่ยอมรับได้ในระดับนานาชาติสามารถสร้างพลีตพลีตแก่ผู้ชมได้



ประเด็นในการสะท้อนผลงานภาพยนตร์	ประเภทผู้ชม		
	1. คณะกรรมการโครงการและผู้ทรงคุณวุฒิ	2. ผู้ดูแลกลุ่ม	3. กลุ่มผู้ชมทั่วไป
	ความหลากหลายทางดนตรีประกอบ		2. การลำดับภาพในภาพยนตร์บางเรื่องสร้างความสับสนในการรับชม
2.การประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาผ่านภาพยนตร์	1. มีการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมที่สามารถสื่อสารได้แบบชัดเจน และแบบสื่อความหมายโดยนัยยะ ผ่านชื่อตัวละคร หรือสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินเนื้อเรื่อง แต่ในขณะเดียวในบางประเด็นต้องอาศัยความรู้พื้นฐานด้านวัฒนธรรมของผู้ชมประกอบทำให้สื่อสารได้ไม่ทั่วถึงในกลุ่มผู้ชม	1. มีการประยุกต์ใช้ที่หลากหลาย แต่ในด้านการนำเสนอยังไม่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน และตรงประเด็น 2. ข้อมูลด้านพื้นฐานวัฒนธรรมไม่ตรงกันระหว่างผู้ดูแลและผู้ผลิตเลือกมาใช้ประยุกต์	1. ผู้ผลิตยังไม่สามารถนำวัฒนธรรมล้านนามาใช้ในภาพยนตร์ได้ดี เนื่องจากไม่มีความเข้าใจวัฒนธรรมได้ดีพอและกลายเป็นอุปสรรคให้กับผู้ชมที่ไม่มีความรู้พื้นฐานในวัฒนธรรมมาก่อน
3. การสร้างเอกลักษณ์วัฒนธรรมล้านนาผ่านภาพยนตร์	1. มีความหลากหลายของวัฒนธรรมล้านนาผ่านภาพยนตร์ และสามารถสร้างการจดจำทางด้านวัฒนธรรมให้แก่ผู้ชมได้	1. รายละเอียดทางองค์ประกอบภาพยนตร์สามารถสร้างการจดจำวัฒนธรรมล้านนาได้ดี เช่น อุปกรณ์ประกอบฉาก สถานที่ในการถ่ายทำ	1. มีความพยายามสร้างเอกลักษณ์ผ่านองค์ประกอบของภาพยนตร์เช่นสถานที่ ตัวละคร การแต่งกาย และภาษาพูด



ประเด็นในการ สะท้อนผลงาน ภาพยนตร์	ประเภทผู้ชม		
	1. คณะกรรมการโครงการ และผู้ทรงคุณวุฒิ	2. ผู้ดูแลกลุ่ม	3. กลุ่มผู้ชมทั่วไป
4.สิ่งที่ควร ปรับปรุง	1. เทคนิคทางภาพยนตร์ที่ ควรปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน ระดับสากล 2. การชวนให้ติดตามของเนื้อ เรื่อง 3. บางเนื้อหาทางวัฒนธรรม ล้ำนาไม่มีความลึกเพียงพอ	1. การรับฟังคำแนะนำ จากผู้ดูแลและการ นำไปปฏิบัติยังมีน้อย ทำให้ภาพยนตร์ยังมี ข้อผิดพลาดทั้งด้าน เทคนิคและด้าน วัฒนธรรม	1. คำบรรยายภาษา ไม่เป็นไปในทิศทาง เดียวกัน ทำให้เกิด ปัญหาในการรับชม และเข้าใจ ความหมาย

การอภิปรายผล (Discussion)

ผลการศึกษาการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้ำนาเพื่อสร้างสื่อภาพยนตร์ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ พบว่าจากการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมมาสร้างภาพยนตร์จนก่อเกิดความนิยมแบบวัฒนธรรมอีสานนิยมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 สามารถเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการผลิตภาพยนตร์ที่มีวัฒนธรรมเป็นส่วนผสม โดยการนำวัฒนธรรมล้ำนาสะท้อนผ่านตัวละคร ภาษาท้องถิ่น และสถานที่มาใช้เป็นหลักในภาพยนตร์ทุกเรื่องเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างการจดจำแก่ผู้ชมภาพยนตร์ได้ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Te-Chapongthorn (2022) ที่ทำการศึกษการเปิดรับวัฒนธรรมอีสานผ่านสื่อภาพยนตร์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อองค์ประกอบภาพยนตร์ พบว่าประชากร การเลือกจดจำ (Selective Retention) และการรับรู้และเข้าใจ (Selective Perception) เนื้อหาด้านวัฒนธรรมอีสานที่ผ่านองค์ประกอบภาพยนตร์ เช่น ตัวละครที่แต่งกายและใช้ภาษาท้องถิ่นมากที่สุด และ ฉากที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตภายในภาพยนตร์ ประกอบกับภาพยนตร์ยังเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้สร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้ชมต่างวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องการศึกษาของ Chanterma (2017) การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน พบว่า ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมย่อย สามารถสร้างพื้นที่ สร้างตัวตนแก่ผู้คนในวัฒนธรรมอื่นๆ รับรู้และจดจำวัฒนธรรมของผู้ผลิตภาพยนตร์ จะเห็นได้ว่าการใช้วัฒนธรรมล้ำนาเป็นทุนทางวัฒนธรรมนั้นเป็นส่วนสำคัญในการช่วยสร้างการเลือกจดจำและการรับรู้และเข้าใจวัฒนธรรมล้ำนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากด้านตัวละคร ภาษา และสถานที่ในการถ่ายทำแล้ว การประยุกต์เนื้อหาด้านความเชื่อ ผลงานทางศิลปะ ศิลปะนาฏกรรม อาหาร รวมไปถึงเทศกาลประจำท้องถิ่นที่ก็เป็นอีกส่วนประกอบที่



สำคัญในการสร้างการจดจำให้แก่ผู้ชม แต่ยังแฝงไปด้วยการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ สมคิด นันตะ ที่ศึกษาการถอดบทเรียนการจำหน่ายผลงานด้านศิลปะของศิลปินในกลุ่มล้านนา พบว่า ผลงานศิลปะที่นอกเหนือจากความสวยงามล้วนมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเชื่อแอบแฝงสะท้อนออกมา (Nanta, 2020) ส่งผลให้เกิดการขยายขอบเขตการจดจำนอกเหนือไปจากตัวสื่อภาพยนตร์ไปในด้านมิติเศรษฐกิจ จนก่อให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอย (Media induced tourism) เมื่อสถานที่ที่ปรากฏผ่านภาพยนตร์ทำการกระตุ้นแรงจูงใจแก่ผู้ชม จากงานของ Nantikun (2018) ศึกษาการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ พบว่า ฉากและสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์และความตั้งใจไปเที่ยวในเชิงบวกให้แก่ผู้ชมได้ (Nantatikul, 2018) อีกทั้งในกลุ่มผู้ชมทั่วไปและนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Phothipruek et al., 2014) ประกอบกับทางด้านผู้ผลิตภาพยนตร์ในโรงการเอง ยังสามารถสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ภาคธุรกิจโรงแรม ร้านค้า จากการถ่ายทำภาพยนตร์ในพื้นที่จังหวัดต่างๆ (Srinorach, 2024) นอกจากการต่อยอดในมิติเศรษฐกิจแล้ว การประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาสามารถส่งเสริมคุณค่าวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ได้ดียิ่งขึ้น แต่ในทางกลับการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมล้านนาก็ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางความคิด ความเชื่อของคนในท้องถิ่น อาทิเช่น ข้อมูลที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมมีความขัดแย้งกับความเชื่อของผู้คนในเชิงพื้นที่ ทำให้เกิดการสร้างความสับสนของผู้ผลิตภาพยนตร์ก่อให้เกิดความคาดเคลื่อนของเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับของ สุธัชย ศรีนรินทร์ ที่ศึกษา ผลกระทบจากการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง ที่ส่งผลต่อความเชื่อและความศรัทธาของพื้นที่ (Srinorach, 2024) แม้มีความพยายามในการนำเสนอวัฒนธรรมล้านนาผ่านภาพยนตร์ แต่ผู้ชมทั่วไปยังสะท้อนความคิดว่า วัฒนธรรมที่นำเสนอ ยังได้ไม่ดีพอ เนื่องจากบางเนื้อหาทางวัฒนธรรมล้านนาผู้ชมต้องมีพื้นฐานความรู้ทางวัฒนธรรมถึงจะมีความรู้ลึกซึ้งร่วมในการรับชมและความยาวของตัวภาพยนตร์ไม่สามารถอธิบายได้อย่างเพียงพอ ซึ่งแตกต่างวัฒนธรรมรูปแบบอื่นที่ผู้ชมมีคุ้นเคยและมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมนั้นๆ ร่วมอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วิศิษฐ์ ศุภางคะรัตน์ ที่ศึกษาการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันโดยใช้อิทธิพลศิลปะล้านนาประยุกต์ เนื่องจากข้อจำกัดของผู้ชมที่มีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมอื่นเป็นทุน ทำให้ชมและสามารถจดจำวัฒนธรรมนั้นๆ ได้อย่างรวดเร็ว (Supangkaratana, 2015) จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมล้านนายังคงมีความซับซ้อนและรายละเอียดอีกมากกว่าที่ต้องอาศัยพื้นที่สื่อประเภทอื่นๆ อีกในการสร้างความคุ้นและสร้างความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมล้านนาให้แก่ผู้รับสาร ประกอบกับต้นทุนวัฒนธรรมล้านนานั้นมีความพร้อมแล้ว ไม่ว่าจะเป็นด้านรูปแบบวิถีชีวิต ค่านิยม หรือภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่ถูกนำเสนอหรือปรากฏให้เห็นจะมีฐานะเป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ อริสรา โฉมงาม ที่ศึกษาภาพตัวแทน “ป้อจายล้านนา” ในละครโทรทัศน์แนวย้อนยุค พบว่า เนื้อหาภาพตัวแทนทางวัฒนธรรมทางผู้คน หรือสถานที่มีบทบาทเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทำหน้าที่ใน



การเข้าถึงผู้ชมเป็นวงกว้าง (Chomngam, 2022)

แม้ว่าการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมจะมีประสิทธิภาพภายในการถ่ายทอดวัฒนธรรมล้านนา แต่การผลิตภาพยนตร์ไม่สามารถอาศัยเพียงวิธีการประยุกต์ใช้เนื้อหาจากทุนความรู้ด้านการผลิตภาพยนตร์และทุนทางวัฒนธรรมได้เพียงส่วนเดียว หากต้องอาศัยความร่วมมือทั้งในฝ่ายผู้ผลิตภาพยนตร์ในระดับท้องถิ่น ภาครัฐท้องถิ่นและหน่วยงานราชการส่วนกลางในการสนับสนุนทุนสร้าง ช่องทางการฉาย จากงานของ ไชนิล สมบูรณ์ ศึกษาเกี่ยวกับอีสานแมส/อีสานใหม่ การสร้างกระแสนิยมของภาพยนตร์อีสานพบว่า กลุ่มผู้พัฒนาภาพยนตร์อีสานสามารถทุนร่วมมือกับหน่วยงานรัฐระดับท้องถิ่นในการผลักดันกันเอง (Somboon, 2021) หากแต่ต้องอาศัยโอกาส การเปิดกว้างทางวัฒนธรรมและการสนับสนุนในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด รวมไปถึงในระดับประเทศในการให้โอกาสผู้ผลิตภาพยนตร์ในการให้พื้นที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ระดับท้องถิ่นจึงจะสามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ในระดับท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ (Suggestion)

1. การวิจัยในครั้งมีข้อจำกัดทางด้านระยะเวลา จึงเป็นขอบเขตสำคัญในการสร้างสรรค์ชิ้นงานภาพยนตร์ของผู้เข้าร่วมโครงการ ในการวิจัยในครั้งต่อไปคณะวิจัยควรคำนึงขอบเขตด้านระยะเวลาแก่ผู้เข้าร่วมโครงการในการผลิตภาพยนตร์
2. กลุ่มวิทยากรและผู้ดูกลุ่ม มีข้อจำกัดด้านเวลาจึงทำให้เป็นอุปสรรคในการคำแนะนำแก่กลุ่มผู้เข้าร่วมโครง ส่งผลให้การถ่ายทอดวัฒนธรรมและเทคนิคด้านภาพยนตร์ในบางเรื่องยังไม่ได้มาตรฐาน
3. การประยุกต์ใช้วัฒนธรรมอาจจะต้องจำกัดให้มีความชัดเจน อาทิเช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การแต่งกาย อาหาร และสถานที่ในดำเนินเรื่องจะช่วยให้การจดจำทางวัฒนธรรมได้ดีกว่าด้านความเชื่อ ประเพณี เนื่องจากข้อจำกัดของเวลาในภาพยนตร์ที่อาจต้องเสียเวลาในการอธิบายพื้นหลังความเป็นมาของความเชื่อหรือประเพณี เพื่อให้ผู้ชมที่ไม่มีความรู้พื้นฐานทางวัฒนธรรมเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น

References

- Chomngam, A. (2022). *The representation of "Por Chai Lanna" in period television dramas* (Master's thesis : Thammasat University, Cultural Heritage Management and Creative Industries Program).
- Nanta, S. (2020). *A lesson learned from the process and success factors in commercializing products and artworks by artists in the Lanna region* (Sub-



- research report No. 3). Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nan Campus under Royal Patronage of HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn.
- Nantatikul, P. (2018). *Film-induced tourism: A case study of "Fan Day"* (Master's thesis : Mahidol University). Mahidol University Intellectual Repository.
- Phothipruek, N., Buntan, V. & Phositphan, T. (2014). The marketing mix factors influencing Chinese tourists' decision to visit Chiang Mai. *FEU Academic Review*, 7(2), 110-132.
- Sombun, S. (2021). *"Isan mass/Isan mai": The popularity of Isan films and the construction of Isan identity since the 2000s* (Doctoral dissertation). Dhurakij Pundit University.
- Sombun, S. & Chummaungpak, M. (2022). "Isan mass/Isan mai": The popularity of Isan films and the construction of Isan identity since the 2000s. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 16(2), 85-106.
- Srinorachan, S. (2024). Media consumption behaviors and impacts of film-induced tourism in Chiang Mai, Lamphun, and Lampang provinces. *NIDA Journal of Communication and Innovation*, 11(1), 145-168.
- Supangkarat, W. et al. (2015). *The design of an animated film using applied Lanna art influences: A final research report* (Final research report).
- Techapongsatornm, A. (2022). *The Population in Bangkok Media Exposure of Isan Culture Through Film Media Which Affects the Film Elements* (Collage of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University).
- Chanterma, N. (2017). The construction of Isan identity through short films in the Isan Film Festival. *NIDA Journal of Communication and Innovation*, 4(2), 115-130