

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: สัญญาเลขที่ RDG5710002

ชื่อโครงการ: การศึกษาเรื่องการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน:

กรณีศึกษาในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม

ชื่อนักวิจัย: ดร. อัมพร จิรัฐติกร

อีเมลล์: ampornfa@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 2 ธันวาคม 2556 – 1 มิถุนายน 2558

บทคัดย่อ:

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้เกิดความนิยมสื่อบันเทิงของไทยเกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคอาเซียนและรวมถึงประเทศจีน ในส่วนของละครโทรทัศน์ของไทยพบว่ามีหลายประเทศในภูมิภาคที่นำละครไทยไปเผยแพร่ในช่องทางสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งนำละครไทยไปแปลใส่คำบรรยายในภาษาท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ในสื่ออินเทอร์เน็ต ความนิยมละครโทรทัศน์ของไทยในกลุ่มประเทศในภูมิภาคนี้ สามารถแยกผู้ชมออกได้เป็นสองประเภท คือ กลุ่มผู้ชมดั้งเดิมในประเทศที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย เช่น กัมพูชา และชนกลุ่มน้อยในพม่า และกลุ่มผู้ชมกลุ่มใหม่ในประเทศที่ไม่ถือว่ามีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย เช่น เวียดนามและจีน

งานวิจัยชิ้นนี้เลือกกรณีศึกษาในสามประเทศ คือ ประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของความนิยมละครไทยในภูมิภาค ช่องทางการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในสามประเทศดังกล่าว ตลอดจนการศึกษาทำความเข้าใจว่าความแตกต่างในบริบททางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองของแต่ละประเทศส่งผลต่อการเปิดรับ ตีความและสร้างความหมายให้กับการบริโภคละครไทยแตกต่างกันอย่างไร งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เพื่อให้เข้าถึงการรับรู้และแปลความหมายจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มผู้ชมในสามประเทศ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ทำให้ความนิยมละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้นในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา มาจากความเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศในภูมิภาค ความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาการทางด้านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและประเทศปลายทาง ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในภูมิภาครับชมละครไทยผ่านช่องทางที่หลากหลาย มีทั้งช่องทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การรับชมจากวี

ซีดีหรือดีวีดีที่มีการลักลอบอัดสำเนาแล้วนำไปใส่เสียงบรรยายเป็นภาษาต่าง ๆ และการรับชมผ่านเว็บไซต์ที่มีการใส่เสียงหรือคำบรรยายเป็นภาษาในประเทศนั้น ๆ ส่วนช่องทางแบบเป็นทางการเกิดขึ้นจากการที่สถานีโทรทัศน์ในประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนามนำละครไทยไปแพร่ภาพออกอากาศในช่วงเวลาของสถานี

ความรู้สึกใกล้ชิดทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมในสามประเทศชื่นชอบละครไทย นอกเหนือจากความชอบในเนื้อหาที่หลากหลาย พล็อตเรื่องที่เข้มข้น และการแสดงที่เน้นการแสดงออกทางอารมณ์อย่างชัดเจน ในภาพย่อยของแต่ละประเทศ พบว่าผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในแต่ละประเทศมีรสนิยมที่แตกต่างกัน ในระดับของปัจเจกบุคคล การรับรู้และตีความละครไทยขึ้นอยู่กับเพศ วัย การศึกษา สถานะทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ในระดับประเทศหรือชุมชน การรับรู้และตีความละครไทยขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของแต่ละประเทศ

คำหลัก : ละครโทรทัศน์ไทย การบริโภคสื่อ สื่อข้ามพรมแดน การรับรู้และตีความสื่อ การสร้างความเป็นภูมิภาค

Abstract

Project Code: RDG5710002

Project Title: Consumption of Thai Television Dramas in ASEAN Countries: Case Studies in Myanmar, Cambodia and Vietnam

Investigator: Dr. Amporn Jirattikorn

E-mail Address: ampornfa@gmail.com

Project Period: 2 December 2013 – 1 June 2015

Abstract:

Over the past few years, Southeast Asia and China have seen a growing amount of Thai popular cultural content circulated around the region. Thai television dramas, in particular, have been shown on television in many ASEAN countries and have been added subtitles in many languages before uploading them on websites. Of those countries in Southeast Asia, the audience can be divided into two types. While the long-time audience--Cambodia, Laos, and some ethnic minorities in Myanmar--have long consumed Thai television dramas for more than a decade, the new audiences--Vietnam and China--have been familiar with Thai television dramas for only the past few years.

This research consists of three case studies, namely Myanmar, Cambodia and Vietnam. It attempts to understand factors that contribute to the popularity of Thai television dramas in the region. The first part of this research explores the ways in which audience in these three countries use to watch Thai television dramas. The second part looks at the reception of audience towards consuming and interpreting Thai television dramas. It argues that audience reception and interpretations of Thai television dramas differ in these different countries and are in turn shaped by different socio-economic and political contexts in these countries. Methodologically, the research employs in-depth interviews and qualitative research method to gain access into audience interpretation of Thai television dramas.

The findings shows that the factors contributing to the increasing popularity of Thai television dramas in the region over the past few years come from changes in socio-economic and political contexts of these countries, and the improvement of telecommunication technology along with the development of internet and social media in both Thailand and the receiving countries. The audiences in these three countries consume Thai television dramas through various channels. The unofficial channels consists of watching Thai dramas through VDC/DVDs which have been illegally copied and dubbed in the language suitable for audiences in these countries, and through websites created by fans who subtitle and upload Thai dramas on the internet. The official channel emerges from television channels in these three countries import Thai television dramas for television broadcast.

Besides the countless storylines, the twisted plots, and the overacting performance which attract audiences to Thai dramas, the perceived cultural proximity contributes greatly to the popularity of Thai dramas in these three countries. Within each country, audiences show different tastes and interpretations toward the consumption of Thai dramas. These differences are a result of different individual backgrounds, i.e. age, gender, education, social status as well as cultural capital each individual possesses. Among each different country, the differences in the collective perceptions towards Thai television dramas come from different socio-cultural, economic and political contexts of these countries.

Keywords: Thai television dramas, media consumption, transnational media, media perception and interpretation, regionalization