

อิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยต่อซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยว
ในประเทศไทย

THE INFLUENCE OF THAI DRAMAS ELEMENTS ON TOURISM SOFT POWER
IN THAILAND

ชนม์ชนก ชิตประเสริฐ¹ และศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ²
Chonchanok Chidprasert¹ and Susaraporn Tangtenglam²

^{1,2} หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริการและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

^{1,2} Doctor of Philosophy Program in Service Innovation and Intercultural Communication
Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus
E-mail: chonchanok.c@ku.th¹ susaraporn.t@ku.th²

Received: March 13, 2025
Revised: June 26, 2025
Accepted: September 22, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยต่อซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือผู้มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามรอยละครไทยและผู้ประกอบการบริการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 10 ท่าน ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ข้อมูลถูกวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาร

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลหลัก คือ การสร้างประสบการณ์ร่วมและแรงบันดาลใจผ่านเนื้อหาและงานสร้าง ซึ่งแบ่งเป็น 4 ประเด็นย่อย ได้แก่ 1) การบรรยายสถานที่และภาพลักษณ์ที่สวยงาม 2) เนื้อเรื่องและการแสดงที่สร้างอารมณ์ร่วม บทประพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมและนักแสดงที่มีทักษะดี สร้างความผูกพันและอารมณ์ร่วม 3) การใช้ภาษาและเพลงประกอบที่สื่อความหมาย บทสนทนาที่ใช้ภาษาธรรมชาติหรือภาษาสื่ออารมณ์ได้ดี รวมถึงเพลงประกอบที่มีความหมายและเชื่อมโยงเรื่องราวสร้างความผูกพันและอารมณ์ร่วม และ 4) ความรู้สึกอยากไปสัมผัสสถานที่จริงตามรอยองค์ประกอบทั้งหมดนำไปสู่ความรู้สึกอยากเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวและเดินทางตามรอยสถานที่จริง โดยปัจจัยภาพ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเทคนิคการถ่ายทำที่สมจริง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าละครไทยมีศักยภาพในการเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว โดยปัจจัยต่าง ๆ ที่ปรากฏในละคร ทั้งการใช้สถานที่ถ่ายทำจริง การนำเสนอวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงอิทธิพลของนักแสดงและผู้ติดตาม ล้วนมีผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยละคร ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำละครไทยมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดได้

อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม

คำสำคัญ

ละครไทย ซอฟต์พาวเวอร์ องค์ประกอบละคร การท่องเที่ยวตามรอยละคร

ABSTRACT

This qualitative research aimed to study the influence of Thai drama components on tourism soft power in Thailand. The study gathered data from 10 purposively selected key informants with knowledge and experience in Thai drama filming location tourism and tourism service operators. A semi-structured interview guide was used as the research instrument, and data were analyzed using thematic analysis.

The key findings revealed that the main theme is the creation of shared experiences and inspiration through content and production, which was divided into four sub-themes: 1) the portrayal of beautiful locations and imagery; 2) storylines and performances that create emotional engagement, with well-written scripts that resonate with audiences and skilled actors who build connection and emotional resonance; 3) the use of meaningful language and soundtrack, with natural and emotionally expressive dialogue and story-linked music that build connection and emotional engagement; and 4) the desire to visit and experience real filming locations. All these components collectively lead to the desire to be a part of the story and travel to actual filming sites. The research also found that visual factors (spectacle), such as famous tourist attractions and realistic filming techniques, significantly influenced travel decision-making. Overall, this research demonstrated that Thai dramas have the potential to be a powerful tool for driving tourism. The various elements present in dramas, including the use of real filming locations, the portrayal of local culture and wisdom, and the influence of actors and their fan bases, all contribute to inspiring and stimulating drama-induced tourism behavior. Therefore, tourism operators and related agencies can effectively utilize Thai dramas as a marketing tool to add value to tourist attractions and drive the national economy.

Keywords

Thai Dramas, Soft Power, Drama Elements, Drama Tourism

ความสำคัญของปัญหา

ละครโทรทัศน์ได้ก้าวข้ามบทบาทของการเป็นเพียงสื่อบันเทิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ แต่ได้กลายเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การใช้ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ซึ่งมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และมีความชัดเจนมากขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ได้เน้นการใช้ซอฟต์พาวเวอร์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาและส่งเสริมการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการรักษาวัฒนธรรมไทยให้เหมาะสมกับยุคสมัยและสามารถนำเสนอความเป็นไทยไปสู่ระดับโลก และได้ใช้มาตรการกฎหมายทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยส่งเสริมการใช้ซอฟต์พาวเวอร์ในท้องถิ่นเพื่อสร้างงานและรายได้ รวมถึงกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มรดกที่ได้รับการส่งเสริม ได้แก่ วรรณกรรม ศิลปะการแสดง ประเพณี ความรู้ทางธรรมชาติ และกีฬาไทย นอกจากนี้ รัฐบาลยังผลักดันวัฒนธรรมไทยผ่านโครงการ 5F ได้แก่ Food, Film, Fashion, Fighting, และ Festival การประสบความสำเร็จของซอฟต์พาวเวอร์ขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของประเทศและการเผยแพร่ผ่านสื่อในตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ MV เพลง "Rockstar" ของลิซ่า ซึ่งนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เช่น เขาวราช ซึ่งสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวท้องถิ่นและยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้มีความนิยมสูงขึ้นในระดับโลก

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยละครไทยได้รับความนิยมในตลาดเอเชีย ทำให้รัฐบาลไทยกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ระยะที่ 4 (พ.ศ. 2565-2570) เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์ระดับภูมิภาคและโลก มุ่งเน้นพัฒนาคอนเทนต์ที่มีคุณภาพและหลากหลาย ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ และกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการสร้างงาน นอกจากนี้ ภาพยนตร์และละครไทยยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยถ่ายทำในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง "บุพเพสันนิวาส" ที่มีการถ่ายทำในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย เช่น วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร พระราชวังบางปะอิน ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเยือนสถานที่เหล่านั้นมากขึ้น ภาพยนตร์และละครไทยยังสามารถช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย สอดคล้องกับ The Editorial Board (2024) ซึ่งได้รับข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่สรุปว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวของตลาดในประเทศสะสมช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 145.91 ล้านคน ซึ่งคิดเป็น 84% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 ก่อนโควิด-19 ระบาด และสร้างรายได้การท่องเที่ยวสะสม 641,085 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 59% โดยปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 16.15 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 66,400 ล้านบาท โดยปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การเดินทางช่วงวันหยุดยาว (วันฉัตรมงคลและวันพืชมงคล) กลุ่มครอบครัว Gen Y กลุ่มวัยทำงาน เน้นเที่ยวใกล้ ทำกิจกรรมร่วมกันได้ รวมถึงกระแส

การท่องเที่ยวตามรอยละครในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และกระแสการท่องเที่ยวเมืองโบราณศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพอันมหาศาลของละครไทยในการเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างซอฟต์แวร์ให้กับประเทศอย่างเป็นรูปธรรม จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่การศึกษาประเด็นนี้ในบริบทของละครไทยมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

จากเหตุผลที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยต่อซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งว่าปัจจัยใดบ้างในละครโทรทัศน์ ประกอบด้วย 1.เค้าโครงเรื่อง (Plot) 2. ตัวละคร (Character) 3. แก่นเรื่อง (Theme) 4. บทสนทนา (Dialogue) 5. เสียง (Sound) 6. ภาพ (Spectacle) ที่ปรากฏบนหน้าจอ สามารถสร้างแรงดึงดูดใจและกระตุ้นความสนใจและความต้องการที่เดินทางมาสัมผัสประสบการณ์จริงในประเทศไทยได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยที่มีต่อการสร้างซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีซอฟต์แวร์

โจเซฟ ไนย์ (Joseph Nye) ได้เสนอซอฟต์แวร์ไว้เมื่อประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา และเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมทั้งในวงการวิชาการ และการกำหนดนโยบายต่างประเทศของประเทศต่าง ๆ ทั้งสหรัฐฯ และประเทศอื่น ๆ จนถึงปัจจุบัน เช่น แนวคิดของ ซอฟต์แวร์ ได้ปรากฏเป็นรูปธรรมขึ้นใน พ.ศ.2550 ในหัวข้อ การเมืองโลก (Power in World Politics) ซึ่งเป็นการต่อยอดนอกเวทีสัมมนา จัดขึ้นโดยวารสารมิลเลนเนียม ใน พ.ศ. 2548 ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับแนวคิดของพลังอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ขณะนั้นซอฟต์แวร์และสมาร์ทพาวเวอร์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการคิดนโยบาย ต่างประเทศของรัฐบาลสหรัฐฯ สำหรับจีนได้นำซอฟต์แวร์ไปใช้ในการสร้างพลังอำนาจของชาติโดยรวมมาก่อนสหรัฐฯ แล้ว ชาวจีนได้อภิปรายเกี่ยวกับซอฟต์แวร์อย่างกว้างขวาง และคำว่าซอฟต์แวร์ได้เป็นที่ยอมรับอย่างเป็นทางการของผู้นำจีนระดับสูงตั้งแต่ อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ประธานาธิบดีหู จินเทา ซอฟต์แวร์เป็นแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ อาจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดได้อธิบายไว้ว่า “ซอฟต์แวร์” (อำนาจละมุน) หมายถึง ความสามารถในการชักจูงใจ ทำให้ผู้อื่นมีความพึงพอใจหรือเต็มใจเปลี่ยนพฤติกรรมยอมรับ คล้อยตามสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อำนาจ โดยกลไกหลักที่สำคัญในการใช้ซอฟต์แวร์ คือ การสร้างความดึงดูดใจต่อผู้อื่น และผลจากการใช้ซอฟต์แวร์ต้องเกิดจากการดึงดูดใจที่ชักจูงให้คล้อยตามโดยปราศจากการคุกคามหรือการแลกเปลี่ยนสิ่งใด ซึ่งแตกต่างจากการใช้อำนาจแบบดั้งเดิม คือ อำนาจเชิงบังคับ ขู่เข็ญ หรือฮาร์ดพาวเวอร์ เช่น การใช้อำนาจทางการเมืองและการใช้อำนาจทางเศรษฐกิจซึ่งมุ่งคุกคามผู้อื่นศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของซอฟต์แวร์ว่าประกอบด้วยวัฒนธรรมที่สามารถโน้มน้าวผู้อื่นได้ ค่านิยมทางการเมืองทั้งในและนอกประเทศ และนโยบาย

ต่างประเทศที่ขอบรรณและใช้อำนาจอย่างมีศีลธรรม โดยหากประเทศหนึ่งมีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่นหรือมีค่านิยมทางการเมืองสอดคล้องกันทำให้ซอฟต์แวร์ของประเทศนั้นเพิ่มขึ้น แต่หากประเทศที่ใช้อำนาจดำเนินนโยบายต่างประเทศแบบก้าวร้าวซอฟต์แวร์ของประเทศนั้นก็น้อยลง อย่างไรก็ตามแม้การใช้ซอฟต์แวร์เป็นการใช้อำนาจโดยวิธีซึ่งนุ่มนวลกว่าฮาร์ดพาวเวอร์ แต่ผลจากการใช้ซอฟต์แวร์อาจไม่ส่งผลให้เกิดผลที่ดีกว่าฮาร์ดพาวเวอร์เสมอไป เนื่องจากซอฟต์แวร์อาจถูกนำไปใช้ได้ทั้งในทางที่ดีและไม่ดีได้เช่นกัน นอกจากนี้การใช้อำนาจยังอาจมีการใช้ ซอฟต์แวร์ร่วมกับฮาร์ดพาวเวอร์เพื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการได้ (Thirawatt, 2022)

Cambridge Dictionary ได้ให้คำนิยามว่า ซอฟต์แวร์เป็นการใช้วัฒนธรรมและอิทธิพลทางเศรษฐกิจของประเทศใดประเทศหนึ่งเพื่อโน้มน้าวใจให้ประเทศอื่นปฏิบัติตามโดยปราศจากกำลังทางทหารซึ่งตรงกันข้ามกับคำว่า ฮาร์ดพาวเวอร์ที่เน้นการใช้กำลังทางทหาร (The Knowledge, 2022)

Collins English Dictionary ได้ให้คำนิยามว่า ซอฟต์แวร์เป็นความสามารถในการบรรลุเป้าหมายใด เป้าหมายหนึ่งโดยการใช้การทูตและการโน้มน้าวใจมากกว่าการใช้กำลัง (The Knowledge, 2022)

ในประเทศไทย Charoenwattanankul (2022) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ซอฟต์แวร์ว่า หมายถึงการใช้อำนาจ ที่ทำให้ผู้อื่นทำสิ่งที่ผู้ใช้อำนาจนั้นปรารถนาได้โดยไม่ต้องใช้กำลังบังคับ ไม่ใช่ด้วยการจ่ายเงิน ไม่ใช่ด้วยการบังคับด้วยปืน แต่ต้องทำให้เขานิยมชมชอบ และทำในสิ่งที่ต้องการได้อย่างสมัครใจ โดยองค์ประกอบที่ทำให้เกิดซอฟต์แวร์ 3 ประการได้แก่ วิธีการ คือ การใช้วิธีการใด ๆ ที่ไม่ใช่การบังคับ ทรัพยากร สามารถเป็นวัฒนธรรม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หรือทรัพยากรในเรื่องคุณค่าด้านต่าง ๆ ที่เป็นตัวอย่างให้เห็นออกมา (Lead by example) เช่นเดียวกันขึ้นอยู่กับเป้าหมายของการใช้ซอฟต์แวร์และการประเมินผลลัพธ์ โดยต้องมีการประเมินว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นสามารถตอบเป้าประสงค์ของผู้ใช้ซอฟต์แวร์หรือไม่

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีซอฟต์แวร์เชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงในที่นี่ได้แก่ ละครไทย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างแรงดึงดูดใจต่อกลุ่มผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ โดยการนำเสนอองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ปรากฏในละครอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อองค์ประกอบเหล่านี้ทำงานร่วมกัน จะเกิดเป็นพลังซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยว ที่สามารถเปลี่ยนความชื่นชอบในละครให้กลายเป็นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจริง และส่งผลให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในฐานะจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของละครโทรทัศน์

คำภาษาอังกฤษว่า Melodrama ในภาษาไทยเทียบได้กับคำว่า ละคร ซึ่งหมายถึงการแสดงที่มีท่วงทำนองของอารมณ์และความรู้สึก ทั้งความสุขสมหวัง ความเศร้า ความอาฆาตพยาบาท และการประสานปรองดอง โดยละครโทรทัศน์คือการผสมรวมกันของโลกแห่งความเป็นจริงและจินตนาการ และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Kaewthep, 2002) ในภาษาอังกฤษคำว่า Soap Opera หรือ Drama Series มีความหมายตรงกับคำว่า ละครโทรทัศน์ โดยละครโซปโอเปราเริ่มจากละครทางวิทยุที่เรียกว่า เรดิโอ โซป โอเปรา เพราะมีบริษัทผงซักฟอก

และสบู่เป็นผู้สนับสนุนรายการ และเมื่อเข้าสู่ยุคของสื่อโทรทัศน์ ละครโซปโอเปร่าก็ได้ยึดครองพื้นที่ในสื่อโทรทัศน์ มีกลุ่มผู้ชมหลักคือผู้ชมเพศหญิง ช่วงเวลาออกอากาศอยู่ช่วงกลางวันเป็นละครโทรทัศน์ มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ เช่น คำว่า Soap Opera หรือ Drama Series โดยละครโซปโอเปร่าเริ่มจากละครทางวิทยุที่เรียกว่า Radio Soap Opera เพราะมีบริษัทผงซักฟอกและสบู่เป็นผู้สนับสนุนรายการ และเมื่อเข้าสู่ยุคของสื่อโทรทัศน์ ละครโซปโอเปร่าก็ได้ยึดครองพื้นที่ในสื่อโทรทัศน์ มีกลุ่มผู้ชมหลักคือผู้ชมเพศหญิง ช่วงเวลาออกอากาศอยู่ช่วงกลางวันเป็นส่วนมาก เรียกว่าละครกลางวัน (daytime soaps) ส่วนละครช่วงกลางคืน เรียกว่า ละครไพรม์ไทม์ (primetime soaps) (Hinwiman et al., 2014) ละครโซปโอเปร่ามีการนำเสนอเป็นตอน ๆ ต่อเนื่องกันไปทางโทรทัศน์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตหรือเส้นเรื่องที่ดำเนินเรื่องราวต่อกันไปเรื่อย ๆ ซึ่งแต่ละชนชาติมีวิธีการสื่อสารและวัฒนธรรมที่นำเสนอออกมาแตกต่างกันออกไป (องอาจ สิงห์ลำพอง 2557) ต่อมาละครเริ่มมีหลายประเภทมากขึ้น คำว่าดราม่าซีรีส์ (Drama Series) จึงใช้เพื่อจำแนกประเภทละคร ซึ่งดราม่าซีรีส์หมายถึงละครโทรทัศน์แนวชีวิตทั้งหมด โดย Creeber (Hinwiman et al., 2014) จำแนกประเภทดราม่าซีรีส์ออกเป็นประเภทย่อย ๆ 5 ประเภท คือ ละครควาบอย (Western series) ละครวัยรุ่น (Teen series) ละครเกี่ยวกับตำรวจและสืบสวนสอบสวน (Police drama/ Action drama) ละครการแพทย์ (Medical series/Hospital drama) ละครนิยายวิทยาศาสตร์ (Sci-fi series)

ละครไทยเรื่องแรกคือเรื่อง สุยานีไม่ยอมแต่งงาน ออกอากาศทางช่อง 4 บางขุนพรหม เมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2499 โดยถ่ายทำในห้องส่งที่มีในห้องเดียว จากนั้นก็มีการพัฒนาเนื้อหาจากละครชีวิตเล็ก ๆ เป็นละครหนัก ๆ ที่มีคุณภาพมากขึ้น ต่อมาการทำละครโทรทัศน์ที่มาจากนวนิยาย เริ่มมีการถ่ายทำนอกสถานที่ แต่หลังจากปี พ.ศ. 2511 หัวหน้าฝ่ายจัดรายการได้พ้นจากหน้าที่ทำให้ละครไม่สร้างความตื่นตาตื่นใจมากนัก อีกทั้งผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการรูปแบบอื่นมากขึ้น ทำให้ละครมีความนิยมลดลง และกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งเมื่อปีพ.ศ. 2519 เมื่อสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เริ่มทำการเผยแพร่ออกอากาศและผลิตละครอย่างจริงจัง ผู้ชมเริ่มกลับมาสนใจละครโทรทัศน์และทำให้เกิดการแข่งขันในการผลิตละครโทรทัศน์มากขึ้นจนมาถึงปัจจุบัน (Singlumphong, 2014) ละครไทยจัดเป็นสื่อบันเทิงที่เอารสมากกว่าเอาเรื่อง อันเป็นแบบแผนการชมละครที่ต่อยอดมาจากมหรสพแบบดั้งเดิม ตั้งแต่ยุคลิเกเฟื่องฟู อีกทั้งละครไทยยังวนเวียนเกี่ยวกับเรื่องเดิม ๆ ซ้ำไปซ้ำมาหรือนักกลับมาทำซ้ำ หรือการวนนำมาฉายใหม่ในเวลาอื่นเมื่อละครออกอากาศจบไปแล้ว โดย Eco (1985 อ้างถึงใน (Kaewthep, 2009) ว่ามีวิธีการทำซ้ำหลายรูปแบบ ได้แก่

1. Retake ทำซ้ำในลักษณะให้ตัวละครหลักเจอกับันตรายทั้งแบบเดิมและเอามาเริ่มต้นใหม่ โดยอาเปลี่ยนนักแสดง เช่น ภาพยนตร์เรื่องซูเปอร์แมน หรือ เจมส์ บอนด์
2. Remake เอาเรื่องเดิมทุกอย่างมาทำใหม่ทั้งหมด โดยใช้ตาราชุดใหม่เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่าง
3. Series เป็นงานชุดที่มีนักแสดงหลักชุดเดิม เค้าโครงเรื่องคล้ายเดิม แต่ตัวละครรองและตัวประกอบเปลี่ยนไปทั้งหมด
4. Saga เป็นเรื่องเล่ายาว ๆ เกี่ยวกับครอบครัวหรือกลุ่มสังคมที่น่าสนใจ แต่ตัวละครในเรื่องอาจเปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น ตัวละครมีอายุมากขึ้นตามกาลเวลา เช่น ละครโทรทัศน์เรื่องสี่แผ่นดิน

องค์ประกอบของละครโทรทัศน์

Bignell & Woods (2022) อธิบายว่าองค์ประกอบของละครประกอบด้วย มีตัวละครกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งตัวละครเหล่านี้อยู่ในสถานที่เดียวกัน และเกิดเรื่องราวหลากหลายซ้อนทับกัน โดยละครโทรทัศน์มีเอกลักษณ์ 2 ประการ คือเป็นรูปแบบรายการที่สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม เป็นบทเรียนที่ผู้คนได้เรียนรู้ และเป็นรูปแบบรายการที่ใช้วัตถุดิบด้านอารมณ์และความรู้สึกที่หลากหลายครบรส เช่น รัก โลภ โกรธ หลง การแก้แค้น ความริษยา ตลกขบขัน ความเศร้า ความเสน่หาหรือแรงบันดาลใจ (Hinwiman et al., 2014)

ผู้ริเริ่มการคิดองค์ประกอบของละครคืออริสโตเติล โดยบันทึกแรกของอริสโตเติลแสดงองค์ประกอบของละครอยู่ในหนังสือที่ชื่อว่า Poetics ซึ่งถือว่าเป็นหนังสือทฤษฎีเล่มแรกของโลก โดยอริสโตเติลกล่าวว่าละครมีทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ คำโครงเรื่อง (Plot) ตัวละคร (Character) แก่นเรื่อง (Theme) บทสนทนา (Dialogue) เพลง (Music) และภาพ (Spectacle) (Fink 2014)

1. คำโครงเรื่อง (Plot) เป็นส่วนที่บอกว่าเกิดอะไรขึ้นในละครโทรทัศน์บ้างตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญมาก โดยมีโครงสร้าง 3 องค์ คือองค์ 1 ช่วงเริ่มต้น คือการสร้างเรื่องราวของตัวละคร บ่งบอกความต้องการและความขัดแย้งที่เกิดขึ้น องค์ 2 ช่วงกลางเรื่องเป็นช่วงการเดินทางของตัวละครไปสู่จุดวิกฤต (Crisis) การเผชิญอุปสรรค และความพยายามของตัวละคร เรื่องราวเป็นไปด้วยดีและแย่งลงไปสู่จุดสูงสุดของเรื่อง (Climax) และองค์ 3 ช่วงท้ายเรื่อง เรื่องราวดำเนินจากจุดสูงสุดและคลี่คลาย โดยโครงสร้าง 3 องค์ถือ เป็นกรอบที่สำคัญในเนื้อเรื่องใด ๆ เป็นหลักการพื้นฐานของโครงสร้างเรื่องราว โดยมีประกอบไปด้วยการกระทำที่ทำให้เรื่องเดินไปข้างหน้า ช่วงเวลาแห่งความตึงเครียดและผ่อนคลาย ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นและลดลงในช่วงเวลาที่ต่างกัน และทำให้เรื่องตึงเครียดมากขึ้นจนไปสู่จุดสูงสุดของเรื่อง คำโครงเรื่องที่ตีความสมบูรณ์ในตัวเอง มีความยาวพอเหมาะ ทุกตอนมีความสัมพันธ์กันอย่างสมเหตุสมผล โดยเรื่องราวที่เกิดขึ้นในฉากหนึ่งต้องเป็นผลสืบเนื่องจากการกระทำในฉากก่อนหน้า และเป็นสาเหตุของเรื่องราวที่เกิดขึ้นต่อไปด้วย (Siks, 1977)

2. ตัวละคร (Character) ตัวละครอาศัยอยู่ในความขัดแย้งที่ขับเคลื่อนเนื้อเรื่อง โดยลักษณะของตัวละครแบ่งตามลำดับความสำคัญในเนื้อเรื่อง มี 4 ประเภท (Fink, 2014) ได้แก่

2.1 ตัวเอก (Protagonists) คือ ตัวละครหลัก ผ่านประสบการณ์การเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ที่สุด ซึ่งสะท้อนแก่นของเรื่อง (Theme) เป็นตัวละครธรรมดาที่อยู่ท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่ธรรมดา หรือตัวละครที่ไม่ธรรมดาอยู่ในสถานการณ์ที่ธรรมดา อาจมีปมในใจหรือจุดอ่อนบางอย่างที่ต้องเอาชนะเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องให้สมบูรณ์ พบเจอกับความเปลี่ยนแปลงและเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างที่สะท้อนแก่นเรื่อง การวิเคราะห์คุณลักษณะของตัวเอกสามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ Seeking Hero ตัวเอกที่ถูกส่งไปค้นหาบางสิ่งบางอย่างหรือคลี่คลายปมบางอย่าง Victimized Hero ตัวเอกที่ถูกกลั่นแกล้งรังแก ถูกใส่ร้าย และต้องพิสูจน์ตัวเอง และ Righteous ตัวเอกที่มีคุณธรรม (Kaewthep, 2009)

2.2 ตัวร้าย (Antagonists) คือ ตัวละครเป็นอุปสรรคที่ขวางการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของตัวเอก ซึ่งอาจเป็นตัวละครอื่น เป็นแรงขับภายนอก เช่น สภาพแวดล้อม โชคชะตา หรือ แรงขับภายในตัวละคร เช่น การต่อสู้ภายในจิตใจของตัวเอง โดยความขัดแย้งที่

เกิดขึ้นแบ่งเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ คือ ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติ และมนุษย์กับจิตใจของตัวเอง

2.3 ตัวละครสนับสนุน (Supporting Characters) คือ ตัวละครที่คอยสนับสนุนตัวเอง หรือตัวร้าย และมีเรื่องราวเป็นของตัวเอง ส่วนใหญ่มีหน้าที่เป็นที่ปรึกษา คู่หู หรือผู้ที่คอยโต้แย้ง ตัวเอกหรือตัวร้าย

2.4 ตัวประกอบ (Functionaries) คือ ตัวละครที่ปรากฏตัวสั้น ๆ ตามความจำเป็นของเนื้อเรื่อง โดยอาจเรียกว่านักแสดงเอ็กสตรา (Extras) เช่น ฉากที่มีคนจำนวนมากรวมตัวกัน

นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งประเภทตัวละครตามลักษณะการวางนิสัยของตัวละคร ได้เป็น 2 ประเภท (Siks, 1977) ดังนี้ 1. ตัวละครที่มีลักษณะแบบตายตัว (Typed Character) หมายถึง ตัวละครที่มองเห็นได้ด้านเดียว มักมีลักษณะนิสัยตามแบบฉบับที่นิยมใช้กันในละครทั่วไป และ 2. ตัวละครที่เห็นได้รอบด้าน (Well-Rounded Character) หมายถึง ตัวละครที่มีความลึกซึ้งและเข้าใจได้ยากกว่าตัวละครที่มีลักษณะแบบตายตัว มักมีลักษณะคล้ายชีวิตของมนุษย์จริง ๆ มีทั้งส่วนที่ดีและส่วนที่ไม่ดีอยู่ในตัวละครนั้น

3. แก่นเรื่อง (Theme) หมายถึง อิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยที่มีต่อการสร้างซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยแนวคิดสำคัญของเรื่องที่ผ่านมาเกี่ยวข้องกับคุณธรรม ศีลธรรม ซึ่งสะท้อนผ่านตัวละครและเนื้อเรื่อง ส่วนใหญ่มักสะท้อนผ่านการเปลี่ยนแปลงและการเรียนรู้ของตัวเอกหรือตัวร้าย เป็นแนวคิดที่ผู้เขียนต้องการสื่อสารกับผู้ชม

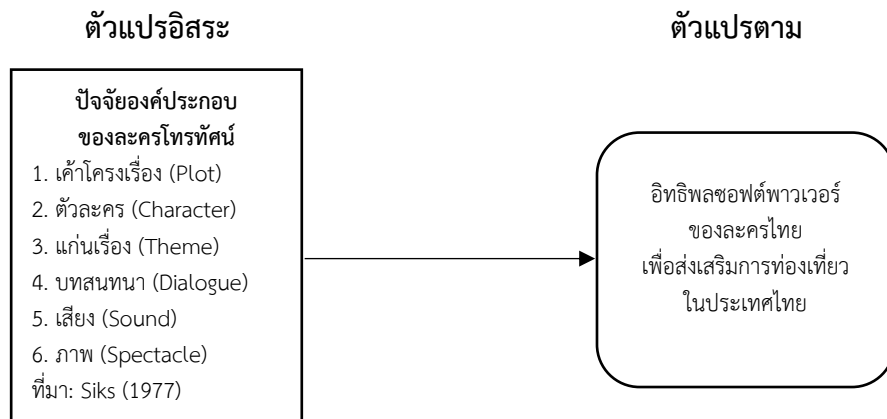
4. บทสนทนา (Dialogue) หมายถึง การบอกเล่าเรื่องราวในเนื้อเรื่องผ่านการพูดคุยกันระหว่างตัวละคร ทำหน้าที่ขับเคลื่อนโครงเรื่อง แสดงให้เห็นความคิดของตัวละคร และชี้ให้เห็นถึงแก่นเรื่อง บางครั้งบทสนทนาอาจแปลได้ทั้งความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย แต่จำเป็นต้องทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ด้วยโดยบทสนทนาที่ดีควรแสดงลักษณะนิสัย ความคิด ความเห็น ความรู้สึก และอารมณ์ของผู้พูด รวมถึงต้องเขียนให้เหมาะสมกับประเภทละครและมีความเกี่ยวเนื่องในการดำเนินเรื่องด้วย

5. เสียง (Sound) เดิมทีสื่อเทเลกกล่าวถึงเสียงเพลง (Music) เพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบันรวมถึงเสียงอื่น ๆ ที่อยู่ในละครด้วย ซึ่งในที่นี้รวมถึง เสียงเพลง (Music) เสียงเอฟเฟกต์ประกอบ (Sound Effect) และเสียงพูด (Voice) เพลงทำหน้าที่สร้างอารมณ์ บางครั้งอาจเปิดเผยถึงความรู้สึกของตัวละครเอกและทำให้เนื้อเรื่องสามารถดำเนินไปข้างหน้าได้ และเพลงอาจดำเนินไปพร้อมกับ การกระทำของตัวละครหรือขัดแย้งกับการกระทำของตัวละครก็ได้ เสียงที่อยู่ในเนื้อเรื่องอาจเป็นเสียงที่สร้างขึ้นใหม่หรือเป็นเสียงตามธรรมชาติ เสียงเอฟเฟกต์ช่วยเพิ่มความลึกในเนื้อเรื่อง ในขณะที่เสียงพูดสะท้อนลักษณะของตัวละครได้บางประการ เช่น สำเนียงการพูด ลักษณะการพูด เป็นต้น

6. ภาพ (Spectacle) หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้ชมสามารถเห็นได้จากบนหน้าจอ เช่น สถานที่ แสง เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผม อุปกรณ์ประกอบฉาก ลักษณะภายนอกของนักแสดง ท่าทาง การเคลื่อนไหว มุมกล้อง ลักษณะพิเศษของภาพ การตัดต่อ เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีขององค์ประกอบของละครโทรทัศน์โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยละครไทยที่ได้รับความนิยม หรือผู้มีความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยละครไทย เช่น ผู้นำชุมชน บุคคลที่มีความรู้ประจำสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตามรอยละคร รวมไปถึงผู้ประกอบการงานบริการทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวตามรอยละคร จำนวน 10 คน ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายของงานวิจัย ด้วยวิธีการคัดเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยละครในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นวิธีสัมภาษณ์ที่ผู้สัมภาษณ์จัดเตรียมประเด็นสัมภาษณ์ไว้แบบกว้าง ๆ สามารถแทรกหรือเพิ่มเติมประเด็นเพื่อซักถามเมื่อต้องการให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเพิ่มขึ้น โดยข้อคำถามได้จากการสังเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยละครเมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) แล้วนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาร (Thematic Analysis) เริ่มจากการทำความเข้าใจกับข้อมูลโดยอ่านหรือฟังข้อมูลซ้ำ ๆ เพื่อเข้าใจเนื้อหาอย่างลึกซึ้ง จากนั้นจึงเข้าสู่ การสร้างรหัสเริ่มต้นเพื่อระบุประเด็นย่อยที่สำคัญในข้อมูล แล้วจึงจัดกลุ่มรหัสที่เกี่ยวข้องกันเป็นแนวคิดเบื้องต้น ขั้นตอนต่อไปคือการทบทวนแนวคิด เพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความครอบคลุมของแนวคิด ก่อนกำหนดชื่อและอธิบายแนวคิดให้ชัดเจนและมีความหมาย และสรุปผลโดยนำเสนอแนวคิดพร้อมข้อมูลอ้างอิงจากผู้ให้ข้อมูลและตีความในบริบทของคำถามวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลทำทุกครั้งที่สิ้นสุดการให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนผู้วิจัยถอดเทปและเขียนรายละเอียดของการสัมภาษณ์ออกมา จึงนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาประเด็นการสัมภาษณ์ คือ ปัจจัยองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ประกอบด้วย เค้าโครงเรื่อง ตัวละคร แก่นเรื่อง บทสนทนา เสียง และภาพ โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 ท่าน สามารถสังเคราะห์ได้แนวคิดหลัก คือ การสร้างประสบการณ์ร่วมและแรงบันดาลใจผ่านเนื้อหาและงานสร้าง โดยเน้นย้ำบทบาทของละครในการทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวและเกิดแรงจูงใจในการเดินทาง การนำเสนอที่ดึงดูดทั้งด้านเนื้อหา การแสดง และองค์ประกอบงานสร้าง เช่น บรรยากาศ ภาษา เพลง และสถานที่ถ่ายทำ ล้วนส่งเสริมให้ผู้ชมเกิดจินตนาการ อยากสัมผัสประสบการณ์จริง และอยากเดินทางตามรอย โดยแบ่งอิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยต่อซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยออกเป็น 4 ประเด็นย่อย ดังนี้

1. อิทธิพลของการสร้างประสบการณ์ร่วมและแรงบันดาลใจผ่านเนื้อหาและงานสร้าง

ละครไทยมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชมอยากเดินทางท่องเที่ยวผ่านการสร้างประสบการณ์ร่วม โดยเน้นที่การนำเสนอที่ดึงดูดทั้งด้านเนื้อหา การแสดง และองค์ประกอบงานสร้างต่าง ๆ

การบรรยายสถานที่และภาพลักษณ์ที่สวยงาม ผู้ให้ข้อมูลหลักเน้นย้ำว่า บทประพันธ์และฉากถ่ายทำที่สวยงาม มีอิทธิพลอย่างมากในการดึงดูดผู้ชมให้รู้สึกอยากไปสัมผัสประสบการณ์จริงราวกับหลุดเข้าไปในเรื่องราว การนำเสนอธรรมชาติที่งดงามยิ่งกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาที่จะเดินทาง เนื้อเรื่องและการแสดงที่สร้างอารมณ์ร่วม การที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงและรู้สึกร่วมไปกับเนื้อเรื่องและตัวละครเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งส่งผลให้ละครน่าติดตามและน่าประทับใจ การแสดงที่เข้าถึงอารมณ์ช่วยให้ผู้ชมผูกพันกับเรื่องราว

การใช้ภาษาและเพลงประกอบที่สื่อความหมาย ภาษาที่เป็นธรรมชาติและเพลงประกอบที่มีความหมายลึกซึ้งช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ร่วมอย่างมาก นอกจากนี้ เพลงประกอบที่มีความหมายเชื่อมโยงเรื่องราว ตัวละคร สร้างความผูกพันเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมกับละครมากขึ้น

ความรู้สึกละเอินไปกับสัมผัสสถานที่จริงตามรอย องค์ประกอบทั้งหมดข้างต้นนำไปสู่ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเดินทางไปตามรอยละคร ซึ่งสะท้อนว่าละครสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมอยากเชื่อมโยงตนเองกับโลกในละครและสัมผัสประสบการณ์จริง

2. อิทธิพลของชื่อเสียง กระแส และอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่ง

ชื่อเสียงและกระแสความนิยมของละคร นักแสดง หรือสถานที่ถ่ายทำ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามรอย อัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทั้งจากนักแสดงและสื่อที่นำเสนอ ก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างการรับรู้และการพูดถึง

ชื่อเสียงของบทประพันธ์และนักแสดง ชื่อเสียงของบทประพันธ์ที่มีฐานผู้อ่านจำนวนมากสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจในสถานที่ถ่ายทำได้ ขณะเดียวกันนักแสดงที่มีชื่อเสียงและแฟนคลับจำนวนมากก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสการท่องเที่ยว ทำให้เกิดกระแสท่องเที่ยวตาม ผู้คนให้ความสนใจ

บุคลิกและการสื่อสารของนักแสดง นอกจากชื่อเสียง บุคลิกและสไตล์ของนักแสดงก็มีผลต่อความน่าสนใจของสถานที่ การสื่อสารนอกจอผ่านเบื้องหลังหรือโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลในการกระตุ้นความสนใจให้ผู้ชมอยากเดินทางตามรอย

ภาษาและเพลงที่เป็นกระแส มีเอกลักษณ์ ภาษาที่กำลังเป็นกระแสหรือภาษาท้องถิ่นที่ใช้ในละครสามารถเพิ่มความน่าสนใจและสร้างเอกลักษณ์ได้ เพลงประกอบมีความสำคัญมากทำให้เพลงกลายเป็นสัญลักษณ์ของละคร

ชื่อเสียงสถานที่ถ่ายทำและการสร้างกระแส การที่ละครไปถ่ายทำในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วจะยิ่งเพิ่มความสนใจ ละครที่มีกระแสดัง ทำให้เกิดกระแสเที่ยวตามรอยในโซเชียลมีเดียก็ยังส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยได้อย่างมาก

3. อิทธิพลของการกระตุ้นการเรียนรู้และการส่งเสริมวัฒนธรรม

ละครไม่ได้เป็นเพียงแค่ความบันเทิง แต่ยังเป็นสื่อที่กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความต้องการการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่แตกต่าง และประวัติศาสตร์ ซึ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างความตระหนักในคุณค่าท้องถิ่น

การสอดแทรกวัฒนธรรม วิถีชีวิตในเนื้อหา ผู้ให้ข้อมูลหลักเน้นย้ำว่า การสอดแทรกวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในเนื้อหาละครมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสนใจ นอกจากนี้ละครที่นำเสนอวิถีชีวิตพื้นบ้านที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนก็ทำให้ผู้ชมอยากศึกษาวัฒนธรรมเพิ่มเติมแสดงให้เห็นว่าละครเป็นช่องทางที่ดีในการเผยแพร่วัฒนธรรม

เนื้อหาที่มีสาระและกระตุ้นการเรียนรู้ ผู้ชมมองหาละครที่ให้แง่คิดและมีคุณค่ามากกว่าแค่ความบันเทิง รวมถึงการใช้ภาษาท้องถิ่นทำให้อยากรู้ที่มาและเรียนรู้วิถีของชาวบ้าน ทั้งหมดนี้สะท้อนว่าละครสามารถกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและส่งเสริมการเรียนรู้ได้

การสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น การนำเสนอวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในละครยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น มีส่วนช่วยเสริมสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของและเป็นแรงผลักดันสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในท้องถิ่นนั้น ๆ

4. อิทธิพลด้านการผลิต การเข้าถึง และความยั่งยืน

ประเด็นนี้ครอบคลุมปัจจัยเชิงปฏิบัติและกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตละครและการนำเสนอ เพื่อดึงดูดผู้ชมและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความสมดุลระหว่างความแปลกใหม่ คุณภาพงานสร้าง การบริหารจัดการ และความสะดวกในการเข้าถึง เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของละครในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว

เนื้อหาที่สดใหม่และพัฒนาการตัวละคร ผู้ชมต้องการความแปลกใหม่และเนื้อหาที่คาดไม่ถึง นอกจากนี้การมีตัวละครที่มีมิติและมีการเติบโตที่น่าเชื่อถือก็ทำให้ผู้ชมผูกพันและอยากติดตาม ซึ่งรักษาความน่าสนใจของละครในระยะยาว

คุณภาพงานสร้างและการจัดการสถานที่ คุณภาพของการแสดง ฉาก การตัดต่อ ควรเข้าถึงบทบาทที่สมจริง รวมถึงองค์ประกอบด้านเสียง การถ่ายทำในสถานที่ดังก็มีความท้าทายด้านเวลาและเงินทุน ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการที่ดี

กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและลดความจำเจ ละครไทยมีศักยภาพในการเป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการสลับสถานที่ใหม่ ๆ เพื่อลดความเบื่อหน่าย และการเลือกสถานที่ต้องกลมกลืนกับเนื้อเรื่อง ไม่ให้รู้สึกฝืนหรือโฆษณาเกินไป

ด้านความสะดวกและการเป็นตัวเสริม ผู้ให้ข้อมูลมองว่าละครเป็น ตัวเสริมในการกระตุ้นการท่องเที่ยว ผู้ชมจะอยากไปถ้าสถานที่ไม่ไกล และมีความน่าสนใจ การตัดสินใจขึ้นอยู่กับโอกาสและ

ความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นละครเป็นปัจจัยสำคัญแต่ต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วยเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยอย่างแท้จริง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้พบว่า การสร้างประสบการณ์ร่วมและแรงบันดาลใจผ่านเนื้อหาและงานสร้างของละครไทยมีอิทธิพลอย่างมากต่อซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดซอฟต์แวร์เกิดจากการดึงดูดใจผ่านวัฒนธรรมของ Nye (2021) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการบรรยายสถานที่และภาพลักษณ์ที่สวยงาม ในละครเป็นอิทธิพลสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ภาพฉากถ่ายทำที่งดงาม โดยเฉพาะฉากธรรมชาติ ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้เข้าไปอยู่ในสถานที่นั้นและกระตุ้นความปรารถนาที่เดินทางไปสัมผัสประสบการณ์จริง การค้นพบนี้สนับสนุนงานวิจัยของ Siripol (2019) ที่พบว่าโครงเรื่องที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และความเป็นไทยส่งผลต่อความตั้งใจของผู้ชมในการเดินทาง นอกจากนี้ Ngamsilpasathian (2020) ยังกล่าวว่าฉากถ่ายทำจริงในภาพยนตร์หรือละครที่มีเนื้อเรื่องน่าสนใจสามารถกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวผ่านความรู้สึกอินหรือมีอารมณ์ร่วม

เนื้อเรื่องและการแสดงที่สร้างอารมณ์ร่วม เป็นอีกอิทธิพลสำคัญที่ทำให้ละครน่าติดตาม บทประพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ชม และนักแสดงที่มีทักษะดีสร้างความผูกพันกับตัวละคร ทำให้ผู้ชมเข้าถึงและรู้สึกไปกับเรื่องราว ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับ Kim (2020) ที่พบว่าความสามารถในการแสดงของนักแสดงและลักษณะเฉพาะของตัวละครมีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางไปยังสถานที่ถ่ายทำ และผู้ชมมีแนวโน้มต้องการสัมผัสประสบการณ์เดียวกับที่เห็นในละคร โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาเน้นวัฒนธรรมและบรรยากาศเฉพาะถิ่น นอกจากนี้ Hudson & Ritchie (2020) ยังระบุว่านักแสดงที่มีชื่อเสียงสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจุดหมายปลายทาง ในด้านแก่นเรื่อง (Theme) การถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นก็เป็นอิทธิพลสำคัญที่กระตุ้นความสนใจในการเดินทาง

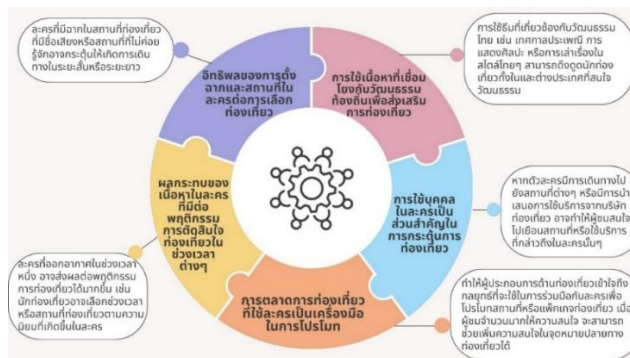
การใช้ภาษาและเพลงประกอบที่สื่อความหมาย ก็มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์ร่วม บทสนทนาที่ใช้ภาษาธรรมชาติหรือภาษาสื่ออารมณ์ดี ๆ ทำให้ผู้ชมรู้สึกเข้าถึงได้ง่าย ส่วนเพลงประกอบที่มีความหมายและเชื่อมโยงเรื่องราว ตัวละคร ช่วยสร้างความผูกพันและพลังให้กับฉาก Huang & Lee (2020) สนับสนุนว่าภาษาในละครมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการท่องเที่ยว

องค์ประกอบเหล่านี้รวมกันนำไปสู่ความรู้สึกอยากไปสัมผัสสถานที่จริงตามรอยละคร ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้เป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวและอยากซึมซับบรรยากาศจริง ภาพ (Spectacle) โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย เทคนิคการถ่ายทำที่สมจริง การแต่งกายสวยงามและสถานที่ที่เดินทางสะดวก ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางซึ่งสอดคล้องกับ Tan (2021) ยืนยันว่าภาพสถานที่จริงมีผลต่อความรู้สึกอยากตามรอยละคร

จากการศึกษาชี้พบว่าซอฟต์แวร์จากละครไทยมีอิทธิพลอย่างมากต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมละครในการเป็นกลไกสำคัญปัจจัยหลักคือ บทบาทของนักแสดงชื่อดังที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบและการท่องเที่ยวตามรอยละคร เช่น การแต่งชุดไทยเที่ยววัดไชยวัฒนาราม ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้ชมเดินทางตามสถานที่ในละครเพื่อสัมผัสประสบการณ์จริง นอกจากนี้ ละครไทยยังชักจูงใจให้ผู้ชมท่องเที่ยวในประเทศ ผ่านการนำเสนอภาพและบรรยากาศสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างน่าดึงดูดใจ รวมถึง การสอดแทรกวัฒนธรรมและอัต

ลักษณะท้องถิ่น ก็มีอิทธิพลสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและดึงดูดความสนใจให้ผู้ชมอยากเดินทางไปสัมผัสด้วยตนเอง ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยยังมีความสามารถในการ เปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ชมตั้งใจเลือกได้อย่างชัดเจน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stephen (2024) ที่พบว่าละครแนว Boys' Love (BL) ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความหลากหลายทางเพศและวัฒนธรรมของไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยว และงานวิจัยของ Sompong et al. (2024) ที่ชี้ว่าการนำเสนอวัฒนธรรมในละครมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางและการท่องเที่ยวตามรอยละคร โดยรวมแล้วซอฟต์แวร์จากละครไทยเป็นเครื่องมือสำคัญที่มีหลายมิติในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



จากภาพแสดงถึงอิทธิพลขององค์ประกอบละครไทยต่อซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีกลไกการทำงานร่วมกันของอิทธิพลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อิทธิพลจากเวลาและสถานที่ในการตัดสินใจเดินทาง การใช้เนื้อหาที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ การใช้บุคคลและเครือข่ายเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว ผลกระทบจากเนื้อหาที่ถูกเผยแพร่ในแต่ละช่วงเวลาต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการใช้เครือข่ายในการเสริมการตลาด ทุกส่วนทำงานสัมพันธ์กันเพื่อสร้างแรงจูงใจและส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวตามรอยละคร ควรออกแบบแพ็คเกจท่องเที่ยวที่พาผู้ท่องเที่ยวไปเยือนสถานที่ที่มีความสำคัญในละครโดยตรง เช่น วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร หรือพระราชวังบางปะอิน
2. การพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวที่เน้นสถานที่ปรากฏในละคร ควรพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวที่ละเอียดอ่อนขึ้น เน้นเรื่องราวและบริบทของสถานที่ที่ปรากฏในละคร ซึ่งเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

3. กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับละคร ส่งเสริมการจัดกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่น่าเสนอให้ผู้ท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศตามรอยตัวละครในละคร เช่น กิจกรรมการแต่งกายชุดไทย การเยี่ยมชมร้านอาหารที่ตัวละครไป หรือการทำกิจกรรมพิเศษที่มีการอ้างอิงจากเนื้อเรื่องของละคร

4. เสริมสร้างความร่วมมือกับธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น สนับสนุนการสร้างสินค้าและของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับละครในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือของที่ระลึกที่มีในละคร เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายการศึกษาไปยังสื่ออื่น เช่น สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย Influencer Marketing เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดขึ้น

2. ศึกษาผลกระทบของละครประเภทต่าง ๆ โดยแยกศึกษาอิทธิพลของละครแต่ละประเภท เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น ผจญภัย พัฒนาเศรษฐกิจ

3. ศึกษาผลกระทบของละครต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในอนาคต

4. วิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแบบเจาะลึก โดยศึกษาการใช้กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ละครในการโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เป็นที่รู้จัก และทดสอบกลยุทธ์ในระดับต่าง ๆ

References

- Bignell, J. & Woods, F. (2022). *An introduction to television studies*. Routledge.
- Charoenwattanankul, P. (2022). "Soft Power" thī pen mākkwa kān khāi khōng: mum khōng chabap ratthasāt ["Soft Power" Beyond Commercialization: A Political Science Perspective]. Thammasat University. Retrieved from <https://tu.ac.th/thammasat-020565-soft-power>
- Fink, E. J. (2014). *Dramatic story structure: A primer for screenwriters*. Routledge.
- Hinwiman, S. et al. (2014). *khwāmru būangton thāng wittayū læ thōrathat* [Introduction to Broadcast and Digital Media]. (2nd rev. ed.). Thammasat University Press.
- Huang, S. & Lee, J. (2020). Language and its impact on tourism decision-making: Evidence from Chinese television dramas. *Tourism Geographies*. 22(3), 441–460. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1600002>
- Hudson, S. & Ritchie, J. R. B. (2020). Film tourism and destination marketing: The role of popular media in destination image formation. *Tourism Management Perspectives*. 35, 100700. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100700>
- Kaewsiriya, P. (2023). praphēt sō phā wō (hā F) thī chai sūsān song phon tō ‘ākān tatsinchai mā thōngthīeo chāngwat Nakhōn Sī Thammarāt [Soft Power (5F) Type for Various Appl Affecting Decision Making to Travel to Nakhon Si Thammarat Province]. *Thai Media Fund Journal*. 2(2), 54-82. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/265865>

- Kaewthep, K. (2002). **sū bant̄hoēng: ‘amnat̄ hæng khwām rai sārā** [Entertainment Media: The Power of Nonsense]. all about print company limited.
- Kaewthep, K. (2009). **kān wikhro sū: nāēkhīt læ theknik** [Media Analysis: Concepts and Techniques]. 4thed. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.
- Kim, S. (2020). Extraordinary experience: Understanding the motivations behind visitors to film locations. **Journal of Travel Research**. 59(4), 779–796.
<https://doi.org/10.1177/0047287519851229>
- Ngamsilpasathian, A. (2020). nāēothāng kān yok radap khunnaphāp khōng sathānthī thāi tham phāpphayon læ lakhōn thōrathat nai prathēt Thai phūā songsoēm kānthōngthīeo [Approach to improve the quality of movie and television series filming locations in Thailand to promote tourism]. **Journal of Faculty of Humanities and Social Sciences Thepsatri Rajabhat University**. 11(2), 59–74.
- Nye, J. S. (2021). Soft power: the evolution of a concept. In **Essays on evolutions in the study of political power**. (pp. 196-208). Routledge.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2007). **phān phatthana sēthakit læ sangkhom hæng chāt chabap thī sip Phō.Sō. sōngphanhārōjhasip - sōngphanhārōjhasipsī** [National Economic and Social Development Plan, Volume 10, 2007-2011]. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=5747&filename=develop_issue
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). **phān phatthana sēthakit læ sangkhom hæng chāt chabap thī sipsām Phō.Sō. sōngphanhārōjhoksiphok - sōngphanhārōjchetsip** [National Economic and Social Development Plan, Volume 13, 2023-2027]. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf
- Siks, G. B. (1977). **Drama with Children: Geraldine Brain Siks**. Harper & Row.
Retrieved from <https://books.google.co.th/books?id=TRjuAAAAAMAAJ>
- Singlumpong, O. (2014). **krabuānkān phalit lakhōn thōrathat 1sted** [The Paradigm of Television Drama Production]. Se-ed Education Public Company Limited.
- Siripol, V. (2019). **nāēothāng songsoēm kānthōngthīeo phān lakhōn: kōrani suksā lakhōn thōrathat rūang " bupphēsanniwat** [The approach to promote tourism through drama: case study Love Destiny television drama]. National Institute of Development Administration.

- Sompong, W., Waiyakarn, S., Komolvaniij, P., Natibanluerit, K. & Phiromswad, T. (2024). *kānnam sancē nūāhā thāng watthanatham khōng lakhōn thōrathat Thai lē khwāmphungphōchāi nai kāndōenthāng tām rōj lakhōn thōrathat watthanatham chāngwat Phra Nakhōn Sī ‘Ayutthaya prathēt Thai [Presentation of Cultural Content of Thai Television Dramas and Satisfaction in Traveling in the Footsteps of Cultural Television Drama series in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand]. St. Theresa Journal of Humanities and Social Sciences. 10(1), 108-117.*
- Stephen, L. (2024). BL Drama: The Thai Entertainment Industry as a Source of Soft Power. *English Language, Literature & Culture. 9(3), 72-76.* Retrieved from <https://doi.org/10.11648/j.ellc.20240903.13>
- Tan, R. (2021). The effect of television drama on tourism decisions: A linguistic perspective. *Journal of Tourism and Cultural Change. 19(2), 123–139.* Retrieved from <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1765019>
- Thailand Science Research and Innovation (TSRI). (2021). *mōradok watthanatham lē sēthakit sāngsan: SOFT POWER phūā kānphatthanā thī yangyūn [Cultural heritage and creative economy: soft power for sustainable development].* Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1gETE7HCm6HlNSl6jSULghYujSdtL8-CO/view>
- The Editorial Board. (2024). ' *sō phā wō* ' pluk sēthakit krung thēp thurakit ['Soft power' stimulates the economy]. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/business/1122356>
- The Knowledge. (2022). *Soft Power. 4(22), 1-51.*
- The Secretariat Office of the National Audio-Visual Committee. (2022). *yutthasāt kōng phāpphayon lē wī di that [Film and Video Division Strategy].* Retrieved from <https://filmcommittee.m-culture.go.th/th/strategic>
- Thirawatt, S. (2022). *Soft Power (‘amnāt lamun) [Soft power].* Retrieved from <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>
- Tontraithong, C. (2022). *nēothāng kāntalāt phūā kānthōngthīeo tām rōj phāpphayon [Marketing strategies for film-induced tourism]. Silpakorn University e-Journal. 42(2), 1-13.*