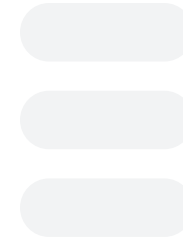


Vemund, H. (2012). *The Personal Analytics of my life*. Stephen Wolfram Writings RSS. <https://writings.stephenwolfram.com/2012/03/the-personal-analytics-of-my-life/>

Heathfield A., & Hsieh T. (2008). *Out of now: The lifeworks of Teh Ching Hsieh*. The MIT Press.



อิทธิพลรถยนต์ในภาพยนตร์ที่มีต่อการ แพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม

The Impact of Cars in the Film Industry towards the Social Values and Ideology

พุทธิ เทพประทุม¹

Puddhi Dheppratum¹

Received : March 10, 2022

Revised : September 24, 2022

Accepted : October 11, 2022

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

อีเมล : Ton-kit@hotmail.com

¹ Ph.D. candidate, Doctor of Philosophy Program in Design, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University

E-mail : Ton-kit@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ ภาพจำรถยนต์ในภาพยนตร์ที่มีต่อการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม ในภาพยนตร์จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ รถ Aston Martin DB5 ในภาพยนตร์ James Bond 007 รถ Volkswagen ในภาพยนตร์ Herbie รถเต่าหรือ Volkswagen Beetle และรถ DeLorean DMC ในภาพยนตร์ Back to the Future โดยใช้แนวคิดค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม มีการศึกษาในประเด็นจากโครงเรื่องของภาพยนตร์ที่นำเสนอเรื่องราวของรถยนต์จนเป็นภาพจำและนำไปสู่การแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์ในรูปแบบของภาพยนตร์ ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงเริ่มต้นของการกำเนิดภาพยนตร์นั้น ภาพยนตร์ไม่ได้ถูกมองเป็นศิลปะ หากแต่ภาพยนตร์ถูกมองเป็นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมากกว่า เมื่อระยะเวลาผ่านไป ภาพยนตร์ได้มีบทบาทในแง่ของศิลปะมากขึ้น รวมไปถึงการเป็นเครื่องมือสื่อสารในการส่งผ่าน ค่านิยม และอุดมการณ์ อันส่งผลให้เกิดโลกทัศน์ และมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน โดยส่วนหนึ่งเน้นการนำเสนอที่สอดแทรกสิ่งที่ต้องการสื่อสาร โดยที่ให้ผู้ชมต้องทำการตีความ เพื่อทำความเข้าใจ และนำไปสู่การค้นพบ นอกจากนี้ ภาพยนตร์หลายเรื่องได้มีการสื่อสารภาพของวัตถุ โดยทำการสอดแทรกในบทบาทยนตร์ หนึ่งในวัตถุที่มักนำมาเป็นองค์ประกอบเสริมที่ทำให้ภาพยนตร์มีเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือช่วยดำเนินเรื่องราวมากขึ้น ได้แก่ รถยนต์ และมีจำนวนไม่น้อยกลายเป็นภาพจำในโลกภาพยนตร์ ดังนั้น ในบทความนี้ ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะนำเสนอรถยนต์ที่ได้กลายเป็นภาพจำและนำไปสู่การแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคมในภาพยนตร์

คำสำคัญ : รถยนต์, ภาพยนตร์, ค่านิยม, อุดมการณ์

Abstract

This article examines how automobiles are portrayed in films as a means of propagating values and social ideology. Using the notion of values and social ideology, the Aston Martin DB5 from James Bond 007, the Volkswagen Beetle from Herbie, and the DeLorean DMC-12 from Back to the Future were all analyzed. This article explores the substance of the films and focuses primarily on the automobiles featured in the stories, which have become so unforgettable to their audiences and have contributed to the spreading of values and social ideology. The results demonstrated that during the inception of cinema, films were not considered as works of art, but rather as technical achievements or inventions. Over time, film came to be regarded as both an artistic medium and a communication tool for imparting values and beliefs that could impact the way of life. A portion of the emphasis is placed on presentations that include what they wish to express, which allows the audience to interpret and comprehend and leads to the discovery of new ideas. Numerous films employ objects to communicate or convey concepts. Automobiles are frequently utilized to highlight or assist in the process of storytelling, making them a common cinema prop. These automobile brands and models are memorable and establish particular social values.

Keywords : cars, movies, values, ideology

บทนำ

ภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่มีการใช้เทคโนโลยีนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ภายในประเทศของตนให้เป็นที่รู้จักผ่านไปยัคนานาประเทศ นอกจากเสียงหัวเราะ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ความหวาดกลัวบนใบหน้าผู้ชม ภาพยนตร์ยังเป็นเครื่องมืออันเยี่ยมยอดที่ช่วยหล่อหลอมอุดมการณ์บางอย่างแก่ผู้ชมโดยไม่รู้ตัว (กำจร หลุยยะพงศ์, 2556) โดยการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่ใช้เทคโนโลยีเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญ หนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งได้สร้างค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคมให้แพร่กระจายในวงกว้างอย่างรวดเร็ว สร้างปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดการพบปะ แลกเปลี่ยนทางค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม ทั้งยังสร้างผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารด้วยตนเองในระดับมวลชน (mass self-communication) โดยภาพยนตร์เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่มีผลกระทบต่อผู้รับชมสื่อเป็นอย่างมาก เรื่องราวที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์เปรียบดังกระจกที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ให้เห็นส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยภาพยนตร์มีหน้าที่ที่สำคัญ คือ การชี้นำทางความคิด และเป็นสื่อที่สามารถสร้างค่านิยมทางสังคมได้ เมื่อมองถึงสื่อภาพยนตร์จะเห็นได้ว่าเป็นสื่อที่มีผลทางบวกและทางลบต่อผู้รับชมจากเนื้อหาเรื่องราว (ภัทริยา วิริยะศิริวัฒน์, 2558)

โดยประเทศฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นประเทศผู้นำทางภาพยนตร์ของโลกตะวันตก เนื่องจากฝรั่งเศสเป็นแหล่งกำเนิดของภาพยนตร์ในยุคบุกเบิกของภาพยนตร์ พี่น้องตระกูลลูมิแอร์ (Lumiere) นักประดิษฐ์ชาวฝรั่งเศส ออกุสต์ และ หลุยส์ ลูมิแอร์ ได้พัฒนาเครื่องฉายภาพยนตร์ Kinetoscope ของ โทมัส แอลวา เอดิสัน (Thomas Alva Edison) ซึ่งเป็นการฉายภาพยนตร์โดยเรียกเก็บเงินผู้ชมในลักษณะโรงภาพยนตร์เป็นครั้งแรกช่วงยุคนี้จึงได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของกิจการภาพยนตร์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ทำให้เป็นที่มาของคำว่า Cinema ที่ได้ใช้เรียกเกี่ยวกับภาพยนตร์มาถึงปัจจุบัน ต่อมาสหรัฐอเมริกาได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างและพัฒนาภาพยนตร์

มากขึ้น ทำให้การพัฒนาและสร้างภาพยนตร์ในฝรั่งเศสต้องหยุดชะงักไปและมีสหรัฐอเมริกาเข้ามาแทนที่ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกาเติบโตเต็มที่ในยุคหนึ่งเงียบ ค.ศ.1908-1928 ซึ่งเป็นยุคแรกที่น่าระบอบการปกครองนิยมมาจับความประทับใจของสาธารณชน จึงทำให้ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาภาพยนตร์ฮอลลีวูด (Hollywood) ได้กลายมาเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และเกิดความคิดที่จะบันทึกเสียงลงในภาพยนตร์ ซึ่งก็เป็นความคิดที่เกิดขึ้นมาควบคู่กับการคิดสร้างภาพยนตร์ จนมาในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่งได้มีการค้นคว้าทดลองเพื่อหาวิธีบันทึกเสียงลงในภาพยนตร์ ซึ่งหนังเสียงที่น่าสนใจเรื่องแรก ๆ หลายเรื่องถูกผลิตขึ้นในสหรัฐอเมริกา มีการพัฒนาเกี่ยวกับเทคนิคด้านเสียงอย่างสมบูรณ์ได้เป็นประเทศแรก (Filmv, 2012) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาและฝรั่งเศสได้เปลี่ยนแปลงไปทั้งด้านศิลปะและธุรกิจ ฮอลลีวูดไม่ได้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาเช่นเดิมอีกต่อไป โดยภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะเน้นไปถ่ายทำในประเทศอื่น ๆ มากขึ้น เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศอื่น ๆ และสอดแทรกวัฒนธรรมของประเทศตนเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงมุมมองของวัฒนธรรมประเทศต่าง ๆ ผ่านการสร้างภาพยนตร์ และยังมีกานำภาพยนตร์มาใช้เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดลักษณะทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ ค่านิยม

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเริ่มต้นของการกำเนิดภาพยนตร์นั้น ภาพยนตร์ไม่ได้ถูกมองเป็นศิลปะ หากแต่ภาพยนตร์ถูกมองเป็นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมากกว่า แต่เมื่อระยะผ่านไป กลุ่มของผู้ผลิตภาพยนตร์ รวมถึงนักวิชาการในด้านภาพยนตร์ ได้มีการผลักดันหรือการส่งเสริม สนับสนุนเพื่อให้ภาพยนตร์มีบทบาทในแง่มุมมองของศิลปะมากขึ้นจนทำให้ภาพยนตร์มีศิลปะด้วยตัวของมันเอง และต่อมาก็ยกย่องผู้กำกับในฐานะศิลปินผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์ในช่วงทศวรรษที่ 1960 สำหรับมิติด้านการขับเคลื่อนสังคมและวัฒนธรรมนั้น ภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสาร สังคมและวัฒนธรรม โดย

มีลักษณะที่เป็นภาพสะท้อนสังคม การส่งผ่าน ค่านิยมและอุดมการณ์ ส่งผลให้เกิดโลกทัศน์ความสำเร็จเชิงวัตถุนิยมที่ครอบงำวิถีคิด จนส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน เมื่อมองผ่านแนวคิดการแพร่กระจาย ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคมจากตัวบท ที่ถูกประกอบสร้างขึ้น อย่างมีเอกภาพโดยผู้ประพันธ์เพื่อสะท้อนให้เห็นการปะทะสังสรรค์ ของค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในสังคมเวลานั้น อย่างไรก็ตามอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม ภาพยนตร์สามารถมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นผลมาจาก ความต้องการของมนุษย์หรือผู้บริโภคในสังคมที่ไม่มีที่สิ้นสุด

ภาพยนตร์หลายเรื่องมีการสื่อสารภาพของวัตถุตามบริบทจาก ความนิยมในสมัยนั้น ด้วยการสอดแทรกในบทภาพยนตร์ต่าง ๆ หนึ่งใน วัตถุที่ถูกนำมาเป็นองค์ประกอบเสริมที่ทำให้ภาพยนตร์มีเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือช่วยดำเนินเรื่องราวมากขึ้น ได้แก่ รถยนต์ นอกจากนี้ยังมี รถยนต์ที่ได้ถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการรับชมภาพยนตร์กลางแจ้ง (ภาพ 1) ซึ่งเริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่ช่วงต้นยุคทศวรรษที่ 1910 แล้ว โดย Richard Hollingshead คือผู้ที่จดสิทธิบัตรโรงภาพยนตร์กลางแจ้ง แบบ Drive-in Cinema (Drive-in Theater) อย่างเป็นทางการ ก่อน และเปิดตัวครั้งแรกในวันที่ 6 มิ.ย.ปี ค.ศ. 1933 (Drive-in Cinema “จอตรงดูหนัง” New Normal ที่เคย์เพื่องฟุค 50, 2565) อย่างไรก็ตาม จากการที่รถยนต์ได้ถูกนำมาใช้ประกอบการจัดสร้างภาพยนตร์ ได้มีจำนวนไม่น้อยกลายเป็นภาพจำในโลกภาพยนตร์ ซึ่งในทฤษฎี ของผู้เขียนมองเห็นว่า ภาพจำของรถยนต์ที่ได้สื่อสารผ่านภาพยนตร์ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ ทางสังคม โดยในบทความฉบับนี้ ผู้เขียนจะได้นำเสนอรถที่ได้กลายเป็น ภาพจำและนำไปสู่การแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทาง สังคมในภาพยนตร์

ภาพ 1

ตัวอย่างของรถยนต์ที่ได้สื่อสารผ่านภาพยนตร์



ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม

ค่านิยมเป็นรากฐานสำคัญที่สะท้อนวัฒนธรรมของมนุษย์ (Jowett & Donnell, 2012) และเป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายลักษณะของ กลุ่มชนในภาพรวมได้ (Sillars & Gronbeck, 2001) สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2552) อธิบายว่าค่านิยมคือทัศนคติร่วมที่สังคม ประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าดีหรือเลวมีคุณค่าหรือไร้คุณค่า สมพงษ์ ใหม่ วิจิตร (2536) จึงสรุปว่าค่านิยมคือสิ่งที่พึงปรารถนาของคนส่วนใหญ่ แต่ถึงกระนั้นบุคคลก็มีทั้งค่านิยมส่วนตัวและรับเอาค่านิยมทางสังคม มาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของตนด้วย สำหรับคำว่า “อุดมการณ์ (ideology)” ประดิษฐ์ขึ้นในช่วงการปฏิวัติฝรั่งเศสโดย Destutt de Tracy ถูกใช้ในขบวนการขับเคลื่อนทางการเมืองเพื่อประสานกลุ่มคน ที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน (Heywood, 2012) อุดมการณ์คือ ระบบ ความคิดทั้งมวลซึ่งออกแบบมาเพื่อชี้นำพฤติกรรมของคนในสังคม (Levine, 1990) เป็นกลไกที่ทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจว่าสิ่งต่าง ๆ ใน สังคมเป็นความจริงเช่นเดียวกับกลไกของมายาคติ (อัลธูซเซอร์, 2557) ส่วน Heywood (1994) อธิบายว่าอุดมการณ์ คือ ชุดของความเชื่อ พื้นฐานที่สร้างกรอบความคิดและกำหนดการกระทำของเรา มีบทบาท ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่มรวมถึงสนับสนุนและ ทำลายโครงสร้างทางอำนาจในสังคม อุดมการณ์จึงเกี่ยวข้องกับอำนาจ การครอบงำ การใช้ภาษา การสร้างความชอบธรรม และความเห็น พ้อง (อรรพรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2547)

ค่านิยมและอุดมการณ์นั้นถือได้ว่า เป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นกลไกหนึ่งที่ชนชั้นนำใช้ผลิตซ้ำความสัมพันธ์ทางการผลิต ทำให้การควบคุมทางสังคมง่ายและราบรื่น (Hall, 1985) โดยใช้สถาบันต่าง ๆ เช่น ศาสนา การศึกษา ครอบครัว กฎหมาย การเมือง สื่อมวลชน และวัฒนธรรม เป็นตัวแทนในการหล่อหลอมให้สมาชิกยอมรับอุดมการณ์หลักแล้วผสานความร่วมมือกับกลไกการปราบปรามหรือการกดขี่ เช่น รัฐบาล รัฐสภา กองทัพ ตำรวจ ราชทัณฑ์ ทั้งสองกลไกเป็นองค์ประกอบของโครงสร้างทางสังคมที่เรียกว่าโครงสร้างส่วนบน (superstructure) ทำหน้าที่ประสานกับโครงสร้างส่วนล่าง (infrastructure) ซึ่งประกอบด้วยเอกภาพของพลังการผลิตและความสัมพันธ์ทางการผลิต ทำให้กระบวนการควบคุมและขับเคลื่อนสังคมดำเนินต่อไปอย่างเป็นธรรมชาติ (อัลธุสแซร์, 2557) โดยค่านิยมและอุดมการณ์คือระบบความคิดที่ชี้นำพฤติกรรมของคนในสังคม มีส่วนในการเชื่อมโยงความหลากหลายของบุคคลกับสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ถือเป็นกรอบความคิดที่ชนชั้นนำสร้างขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการควบคุมสังคมผ่านการหล่อหลอมขัดเกลาโดยสถาบันต่าง ๆ ทำให้สิ่งสร้างทางสังคมทั้งหมดเป็นธรรมชาติในฐานะความจริง อุดมการณ์จึงมีประเด็นของอำนาจและการครอบงำเป็นองค์ประกอบสำคัญ

บทบาทของภาพยนตร์

ในมุมมองของนักวิชาการด้านภาพยนตร์ ได้มีการอธิบายให้เห็นถึงธรรมชาติของภาพยนตร์ใน 4 มิติ อันประกอบด้วย มิติด้านของเทคโนโลยี มิติด้านอุตสาหกรรม มิติด้านศิลปะ และมิติด้านการขับเคลื่อนสังคมและวัฒนธรรม โดยในมุมมองที่เป็นเทคโนโลยี จะให้ความเห็นว่า ภาพยนตร์นั้นเปรียบเสมือนประดิษฐ์กรรมทางเทคโนโลยี โดยเกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 วัตถุประสงค์ในการพัฒนามานั้นเนื่องจาก เพื่อบันทึกและฉายภาพที่เคลื่อนไหวจน โดยในยุคแรก การบันทึกภาพที่เคลื่อนไหวและนำออกมาฉายนั้นจะเป็นไปในลักษณะที่มีระยะเวลาสั้นหรือเรียกว่า ภาพยนตร์สั้น โดยเน้นการนำเสนอภาพยนตร์ที่มีลักษณะไม่หวือหวา เรียบง่าย สมจริงหรือไม่ได้มีการตกแต่งภาพมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากภาพยนตร์ยุคแรกไม่ค่อยมีเทคโนโลยีเท่าไรนัก อย่างไรก็ตามเมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนาขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รูปแบบของภาพยนตร์มีสีสัน และมีแสงสีมากขึ้น รวมถึงภาพยนตร์ที่มีการพัฒนาให้มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ในมิติด้านอุตสาหกรรม จะเป็นไปในลักษณะของการประกอบกิจกรรมหรือดำเนินในลักษณะของธุรกิจที่ได้มาซึ่งผลกำไรจากการนำเสนอภาพยนตร์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยมีบทบาทในการสร้างความบันเทิง คลายความตึงเครียดและให้หลุดพ้นจากโลกความจริงหรือที่เรียกว่า escapism อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ผลิตภาพยนตร์นั้นก็ได้รับผลประโยชน์ออกมาในรูปแบบของผลกำไร มิติด้านศิลปะ ในช่วงเริ่มต้นของการกำเนิดภาพยนตร์นั้น ภาพยนตร์ไม่ได้ถูกมองเป็นศิลปะ หากแต่ภาพยนตร์ถูกมองเป็นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมากกว่า เนื่องจากมีการใช้กล้อง และใช้เทคโนโลยีมาดำเนินการผลิต อย่างไรก็ตามเมื่อระยะผ่านไป กลุ่มของผู้ผลิตภาพยนตร์ รวมถึงนักวิชาการในด้านภาพยนตร์ ได้มีการผลักดันหรือการส่งเสริม สนับสนุนเพื่อให้ภาพยนตร์มีบทบาทในแง่ของศิลปะมากขึ้น (Turner, 1999) สำหรับมิติด้านการขับเคลื่อนสังคมและวัฒนธรรมนั้น ภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสาร สังคมและวัฒนธรรม ในบทบาทแรกภาพยนตร์บางเรื่องนั้น เป็นไปในลักษณะของภาพสะท้อนสังคม (Reflectionism)

กล่าวได้ว่า ภาพยนตร์ที่ถูกผลิตออกมานั้นจะเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เห็นภาพของสังคมในมุมมองต่าง ๆ ถ้อยคำเปรียบเสมือนกระจกที่สะท้อนสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม (กัจจกรหลุยยะพงศ์, 2553) ซึ่งตีความได้ว่า การสร้างนั้นอาจไม่ได้มีความเป็นจริงเพียงอย่างเดียว หรือความเป็นจริงในตัวโดยสมบูรณ์ แต่อาศัยการสร้างภาพยนตร์จากความรู้สึกนึกคิดของผู้สร้างเป็นหลัก ขึ้นอยู่กับบริบทของสังคม อาจกล่าวว่าภาพยนตร์ได้เข้ามามีบทบาทในการครอบงำผู้ชมอย่างแนบเนียน และหากเป็นสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็จะขยายความต่อว่า แม้จะถูกครอบงำความหมายก็ตามแต่ ผู้ชมก็สามารถตีความหมายได้ตามประสบการณ์ของตน

ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับความรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการ แปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัย การรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัสและปัจจัยทางจิต คือความรู้เดิมความต้องการ และเจตคติเป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการ 3 ด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์ โดยการรับรู้อารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์เป็นอาการที่แสดงออกเพื่อเป็นการสื่อสารด้วยภาษาพูดหรืออาจจะเป็นภาษากาย โดยกระบวนการรับรู้จะเกิดได้ต้องมีองค์ประกอบได้แก่ 1. มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบกายที่เป็นคน สัตว์และสิ่งของ 2. ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตาหู จมูกได้กลิ่น ลิ้นรู้รส และผิวหนังรู้ร้อนหนาว 3. ประสบการณ์หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส และ 4. การแปลความหมายของสิ่งที่เรสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าสมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้านั้นคืออะไรเมื่อมนุษย์เรารู้จักเรารู้โดยสิ่งแวดล้อมก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตาทำหน้าที่ดูคือมองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รู้รส จมูกทำหน้าที่ดมคือได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรู้สึกได้อย่างถูกต้อง กระบวนการรับรู้ก็สมบูรณ์แต่จริง ๆ แล้วยังมีการสัมผัสภายในอีก 3 อย่างด้วยที่จะช่วยให้เรารับสัมผัสสิ่งต่าง ๆ (อโศก ไทยจันทร์รักษ์, 2557) สำหรับในมุมมองของการสร้างการรับรู้ผ่านภาพยนตร์นั้น ภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นสิ่งเร้า ทำให้เกิดการสัมผัส (Sensation) และเมื่อเกิดการสัมผัสบุคคลจะเกิดมีอาการแปลการสัมผัสและมีเจตนา (Conation) ที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัสจะเกิดขึ้นในสมองทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ

การแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคมผ่านภาพยนตร์

ในสงครามเย็น ภาพยนตร์ถือว่าได้มีบทบาทในการนำมาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม ซึ่งแฝงข้อความ ความคิด ค่านิยม ทักษะคิด วัฒนธรรมหรือความต้องการบางอย่าง เพื่อให้ผู้ชมภาพยนตร์นั้นเกิดความคิดเห็น คล้อยตาม อันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและอุดมการณ์ทางสังคมสิ่งที่ผู้สร้างภาพยนตร์ได้สอดแทรกลงไปในภาพยนตร์นั้น ๆ ต่อมาภายหลังการสิ้นสุดสงครามเย็น ทำให้บริบททางสังคมของโลกเปลี่ยนแปลงไป เศรษฐกิจทั่วโลกฟื้นตัว และมีความมั่นคงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงความคิด ค่านิยม ซึ่งเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับกลุ่มคนในช่วงทศวรรษที่ 80 โดยคนกลุ่มนี้มีศักยภาพที่ทำให้เศรษฐกิจในช่วงนั้นมีการขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ดีขึ้น มีการคิดค้นและพัฒนาเครื่องเล่นวีดีโอเทปและเป็นที่นิยมไปทั่วโลก ทำให้ประชาชนนิยมชมภาพยนตร์จากเครื่องเล่นวีดีโอที่บ้าน ส่งผลกระทบโดยตรงให้ภาพยนตร์ต้องปรับตัว เนื่องจากทศวรรษที่ 80 เศรษฐกิจเติบโตธุรกิจภาพยนตร์จึงเน้นภาพยนตร์ที่ใช้ทุนการสร้างสูง เน้นความบันเทิง มีการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์และขายสินค้าอื่น ๆ ควบคู่กับภาพยนตร์ โดยเฉพาะภาพยนตร์ฮอลลีวูด นอกจากจะนำเสนอความบันเทิงแล้วยังทำหน้าที่ขายสินค้าอีกด้วย ถัดมาในทศวรรษที่ 90 สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ การขยายตัวของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการใช้อินเตอร์เน็ต ซึ่งเริ่มต้นครั้งแรกในปี 1991 ธุรกิจภาพยนตร์ได้นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในภาพยนตร์ในรูปแบบของการใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ (Special Effect) ซึ่งทำให้ภาพยนตร์ที่ลงทุนเรื่องนี้ประสบความสำเร็จในทางธุรกิจเกินคาด ภาพยนตร์ในทศวรรษที่ 20-21 คอมพิวเตอร์มีบทบาทที่สำคัญต่อการสร้าง รวมทั้งการทำธุรกิจแฝงในภาพยนตร์ก็เพิ่มปริมาณมากขึ้น

จนกลายเป็นเรื่องปกติ และเนื่องจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้สามารถลดต้นทุนในการสร้างภาพยนตร์จึงเปิดโอกาสให้กับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระสร้างภาพยนตร์ที่มีรูปแบบที่นอกเหนือจากความบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์สารคดี (Documentary Film) สามารถฉายในโรงภาพยนตร์และประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้ (ภัสสร สังข์ศรี, 2559)

การผลิตภาพยนตร์มีความเป็นสากลมากขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 21 โดยความสากลนั้นเป็นการทำลายกำแพงแห่งเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่เคยเป็นเครื่องกีดขวางอยู่แต่เดิม ประเทศชั้นนำใช้สื่อและภาพยนตร์ในการรับมือกับปัญหาหรือการแผ่ข่าวสาร วัฒนธรรม หรือบางอย่างที่ต้องการบอกหรือเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ เพราะภาพยนตร์ช่วยกระตุ้นความตื่นตัวในหมู่ผู้ชม ตามมาด้วยวิธีการไขปัญหาอย่างเหมาะสมจากกระแสการวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชน ถือเป็นการใช้ภาพยนตร์เข้ามาแทรกซึมในความคิดของประชาชน เพื่อความต้องการผลประโยชน์บางอย่างจากสิ่งนั้น จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์แต่ละเรื่องที่ถูกสร้างขึ้นมีจุดมุ่งหมายหลักเป็นเรื่องของการนำเสนอความบันเทิงแก่ผู้ชม แต่ที่จริงแล้วในภาพยนตร์หลายเรื่องที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นไม่ได้มองเพียงแค่ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่ยังเน้นการนำเสนอที่สอดแทรกสิ่งที่ต้องการสื่อสารซึ่งถือเป็นความลับไว้อยู่ในบทบาทภาพยนตร์นั้น ๆ จึงนับได้ว่าเป็นเสน่ห์ของภาพยนตร์ที่ให้ผู้ชมได้ทำการตีความ วิเคราะห์ ทำความเข้าใจ และนำไปสู่การค้นพบข้อเท็จจริงหรือความลับของภาพยนตร์ นอกจากนี้ภาพยนตร์ยัง สะท้อนคุณค่าของภาษาและศิลปวิทยาการหลายแขนง โดยผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ทางด้านความคิด อันส่งผลให้ภาพยนตร์กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษยชาติที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ภาพจำรถยนต์ในภาพยนตร์ที่มีต่อการแพร่กระจายค่านิยม และ อุดมการณ์ด้านสังคม

ในทัศนะของผู้เขียนมองว่า ภาพยนตร์มีบทบาทในการส่งผ่านค่านิยมและอุดมการณ์และส่งผลให้เกิดโลกทัศน์ความสำเร็จเชิงวัตถุนิยม ที่ครอบงำวิถีคิดและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคมมีความเกี่ยวข้องกันอย่างเหนียวแน่นมาตั้งแต่ก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม การมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคมกับภาพยนตร์ในลักษณะเช่นนี้ ทำให้เป็นเพียงแค่การให้ความบันเทิงเท่านั้น หากแต่เมื่อมองผ่านแนวคิดการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม ไม่ได้เป็นตัวบทที่ถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างมีเอกภาพโดยผู้ประพันธ์ หากแต่เป็นสนามที่สะท้อนให้เห็นการปะทะสังสรรค์ของค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในสังคม ณ เวลานั้น เนื่องจากภาพยนตร์มีศักยภาพในการเข้าถึงประชาชน มีผลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้ชม เนื่องจากภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงที่มีความเป็นศิลปะประเภทหนึ่งที่ทรงพลังและเต็มไปด้วยความซับซ้อน ภาพยนตร์ทำให้ผู้ชมเข้าใจตัวตนของตัวเอง บทบาททางสังคม รวมทั้งค่านิยมที่เป็นอยู่ จนสื่อบันเทิงชนิดนี้ ได้พัฒนาเป็นปัจจัยในการดำรงชีพของมนุษย์ จากเหตุผลนี้ทำให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีขนาดใหญ่และขยายเป็นวงกว้าง ได้รับความนิยมไป

ทั่วโลก และภาพยนตร์มักถูกนำมาใช้สร้างเอกลักษณ์ทางสังคมหรือวัฒนธรรมตลอดเวลา ซึ่งอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์หรือผู้บริโภคในสังคมที่ไม่มีที่สิ้นสุด แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่มาเกี่ยวข้อง

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ เนื่องจากอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อมุมมองของผู้เขียนบท นอกจากนี้ ในหลาย ๆ ภาพยนตร์ได้มีการสื่อสารภาพของวัตถุ โดยทำการสอดแทรกในบทบาทยนตร์ต่าง ๆ หนึ่งในวัตถุที่มักนำมาเป็นองค์ประกอบเสริมที่ทำให้ภาพยนตร์มีเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือช่วยดำเนินเรื่องราวมากขึ้น ได้แก่ รถยนต์ ซึ่งในทัศนะของผู้เขียนมองเห็นว่า ภาพจำของรถยนต์ที่ได้สื่อสารผ่านภาพยนตร์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคม โดยผู้เขียนจะได้นำเสนอกรณีที่ได้กลายเป็นภาพจำและนำไปสู่การแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคมในภาพยนตร์ 3 เรื่อง ดังนี้

Aston Martin DB5 ในภาพยนตร์ James Bond 007

Aston Martin DB5 ถือได้ว่าเป็นรถยนต์ที่มีชื่อเสียงในวงการภาพยนตร์ เนื่องจาก Aston Martin DB5 ได้ถูกนำมาใช้เป็นพาหนะประจำตัวของสายลับ 007 ในภาพยนตร์ James Bond ตอน Goldfinger ในปี ค.ศ.1964 โดยแต่เดิมผู้ประพันธ์นวนิยายเจมส์บอนด์ ตอน Goldfinger ได้วางรถยนต์ Aston Martin DB Mark III เอาไว้ใช้ในภาพยนตร์ แต่เนื่องจากในขณะนั้น Aston Martin DB5 เป็นรุ่นใหม่ล่าสุดของบริษัท Aston Martin ดังนั้น เมื่อภาพยนตร์ถูกสร้างขึ้น Aston Martin DB5 จึงได้ถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์ โดยการออกแบบโครงสร้างภายนอกของ Aston Martin DB5 มีความคลาสสิก โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตัวถังเป็นอะลูมิเนียมและโครงเหล็ก ภายใต้นี้แนวคิด Touring ซึ่งต้องมีน้ำหนักเบา สำหรับสมรรถนะประกอบด้วยเครื่องยนต์ 4.0 ลิตร ระบบ N/A อินไลน์ 6 สูบ 290 แรงม้า ภายในห้องโดยสารของ Aston Martin DB5 มีการออกแบบที่เน้นความหรูหราตามแบบผู้ดีอังกฤษ (magcarzine, 2564) แสดงออกถึงความสุขุมลุ่มลึกด้วยเบาะและแผงประตูหุ้มด้วยหนังแท้ พวงมาลัยโลหะทรงโต และกระจกไฟฟ้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ในยุคนั้น ด้วยความละเอียดในด้านวิศวกรรมทำให้ Aston Martin DB5 สามารถแข่งขันกับรถสปอร์ตจากเยอรมนีและอิตาลีได้ ซึ่งในยุค ค.ศ. 1964 ถือได้ว่า Aston Martin DB5 เป็นรถคูเป้ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาก (ภาพ 2) นอกจากนี้ในภาพยนตร์จะประกอบด้วยอุปกรณ์เสริมเพื่อใช้ในการปฏิบัติการของสายลับ 007 อันได้แก่ ช่องปล่อยควัน ช่องปล่อยน้ำมันจำลอง ช่องปืนกลจำลอง กันชนกระแทก ป้ายทะเบียนที่สามารถสลับได้ และตัวเจาะยางจำลอง รวมไปถึงการที่แผงหลังคานั้นสามารถถอดออกได้

จากการที่ Aston Martin DB5 ได้มีบทบาทในภาพยนตร์ ทำให้ Aston Martin DB5 กลายเป็นที่เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงมากขึ้น สิ่งที่ทำให้ Aston Martin DB5 เป็นที่รู้จักและมีการกล่าวถึงมากขึ้น เกิดจากในแง่ของการค้นพบสิ่งใหม่ การประดิษฐ์ และการพัฒนา โดยในภาพยนตร์ James Bond ได้มีการสื่อสารภาพของ Aston

Martin DB5 ในฐานะที่เป็นรถประจำตัวของสายลับ 007 ที่สุดแห่งเอกลักษณ์ของ Aston Martin DB5 จนอาจกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์ James Bond ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารหรือถ่ายทอดเอกลักษณ์ของรถยนต์ Aston Martin DB5 แก่ผู้ชมได้เป็นอย่างดี แม้การนำเสนอ Aston Martin DB5 ในภาพยนตร์ นั้นอาจไม่ได้มีความเป็นจริงเพียงอย่างเดียว หรือความเป็นจริงในตัวโดยสมบูรณ์เนื่องจากในภาพยนตร์จะประกอบด้วยอุปกรณ์เสริมเพื่อใช้ในการปฏิบัติการของสายลับ 007 ซึ่งอาศัยการสร้างภาพยนตร์จากความรู้สึกนึกคิดของผู้สร้างเป็นหลัก แต่อาจกล่าวได้ว่าภาพยนตร์ James Bond เข้ามามีบทบาทในการครอบงำผู้ชมอย่างแนบเนียน และส่งผลให้ปัจจุบัน Aston Martin DB5 คือรถคลาสสิกที่มีราคาสูง ถือได้ว่าเป็นภาพจำของ Aston Martin DB5 ที่ได้สื่อสารผ่านภาพยนตร์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคม อันนำไปสู่หนึ่งในรถยนต์ที่มีการถูกบันทึกลงในประวัติศาสตร์ของวงการยนตรกรรม และวงการภาพยนตร์มากที่สุด

ภาพ 2

Aston Martin DB5 ในภาพยนตร์ JAMES BOND 007



หมายเหตุ. จาก License to thrill James Bond, by Justin Bowie, Oct 1, 2021, <https://www.thescottishsun.co.uk/tv/7761488/james-bond-aston-martin-car-glasgow>

Volkswagen ในภาพยนตร์ Herbie

รถเต่าหรือ Volkswagen ถือกำเนิดขึ้นมาในปี ค.ศ.1933 ภายใต้ความคิดของผู้นำพรรคนาซีอย่าง Adolf Hitler โดยมองเห็นว่ารถยนต์ในยุคนั้นเป็นสินค้าที่มีราคาแพง และส่วนใหญ่ถูกผลิตขึ้นที่ประเทศอังกฤษและฝรั่งเศส ประกอบกับขณะนั้น ประเทศเยอรมันกำลังประสบสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ Hitler มีแนวความคิดในพัฒนารถยนต์สำหรับคนเยอรมัน จึงมอบหมายให้ Ferdinand Porsche ช่วยออกแบบและพัฒนารถยนต์เพื่อคนเยอรมัน ซึ่งภายหลังมีการตั้งชื่อว่า Volkswagen โดยคำว่า Volk ในภาษาเยอรมันแปลว่า “ประชาชน” และ Wagen ในภาษาเยอรมันแปลว่า “รถยนต์” ดังนั้น Volkswagen จึงหมายถึง “รถยนต์สำหรับประชาชน” โดยรถเต่าหรือ Volkswagen รุ่นแรกที่ผลิตออกมาได้ใช้ชื่อว่า Type 1 และนั่นถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ธุรกิจของ Volkswagen เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วภายในประเทศเยอรมนี จนกระทั่งเข้าสู่ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 Volkswagen Type 1 ได้ถูกเปลี่ยนบทบาทเพื่อนำมาใช้ในการด้านสงคราม และนำไปสู่การดัดแปลงรูปลักษณ์ให้สอดคล้องกับการใช้งานในด้านการทหารที่ Volkswagen บางรุ่นมีลักษณะสำหรับการใช้งานในด้านการสงคราม แต่ภายหลังสิ้นสุดยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 รถ Volkswagen ก็เข้าสู่ยุคเสื่อมโทรม ด้วยกฎข้อบังคับตามกฎหมายของผู้แพ้สงคราม (The people, 2564)



หมายเหตุ. จาก The Love Bug, by imdb, 2022,
<https://www.imdb.com/title/tt0064603/mediaindex>

อย่างไรก็ตาม รถเต่าหรือ Volkswagen Beetle ได้เป็นที่รู้จักจากภาพยนตร์เรื่อง Herbie โดยภาคแรกนั้นออกฉายในปี ค.ศ. 1968 และนำกลับมาทำใหม่อีกครั้งในปี ค.ศ. 2005 ภาพยนตร์ถูกสร้างภายใต้การดูแลของ Walt Disney ซึ่งเป็นเรื่องราวของ Volkswagen Beetle มีชีวิตและมีชื่อว่า “เฮอริบี้ (Herbie)” ที่มีเอกลักษณ์หมายเลข 53 เป็นจุดเด่น เป็นรถที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีรูปทรงหน้าตาหรือเสียงเครื่องยนต์ที่มีความคลาสสิก ซึ่งบ่งบอกความเป็นตัวเองได้ดีที่สุด (ภาพ 3) บทภาพยนตร์เรื่องนี้จะประกอบด้วยตัวละครหลัก “แม็กกี้ เพย์ตัน” ที่เป็นลูกสาวของครอบครัวนักแข่ง NASCAR ทำให้การแข่งขันรถ NASCAR นี้อยู่ในสายเลือด อย่างไรก็ตาม “แม็กกี้ เพย์ตัน” ไม่ได้รับการสนับสนุนในการแข่งขัน จนมาพบกับ

รถเต่าหรือ Volkswagen Beetle ที่ได้รับเป็นของขวัญของในการเรียนจบ หลังจากที่ Volkswagen Beetle ได้ถูกทำความสะอาดและซ่อมแซมบางจุดนั้น แม็กก็ เพย์ตัน ได้พบชื่อที่เขียนไว้ในกระดาษที่อยู่ในเกะหนักรถว่า “Herbie” โดย “Herbie” นั้นเป็นรถ Volkswagen Beetle ที่มีชีวิตจิตใจสามารถขับเคลื่อนได้ด้วยตัวเอง (head light mag, 2558) โดยภาพยนตร์ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ Volkswagen Beetle เพิ่มขึ้น และยังส่งผลให้ Walt Disney สร้างภาพยนตร์ต่อเนื่องมาอีกหลายภาค จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ถือได้มีบทบาทในการนำมาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม โดยในภาพยนตร์ Herbie ได้นำเสนอภาพลักษณ์ รถเต่าหรือ Volkswagen Beetle ที่มีเอกลักษณ์ ความคลาสสิก โดยต้องมาทำการแข่งขันกับรถรุ่นใหม่ ๆ ผ่านการสอดแทรกการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ให้ Volkswagen Beetle ด้วยการชูจุดเด่นที่แตกต่างจากรถทั่วไป ทั้งในรูปทรง ขนาดรถ และในเรื่องยังมีบทบาทให้ Volkswagen Beetle ในนาม Herbie มีชีวิตจิตใจที่เป็นมากกว่ารถ แต่เป็นเพื่อนของผู้ขับอย่างแท้จริง สร้างความอุ่นใจในการโดยสาร อย่างไรก็ตาม การส่งผ่านเรื่องราวดังกล่าวผ่านภาพยนตร์ ถือได้ว่าเป็นการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม เกิดการกระตุ้นผู้ชมให้รู้สึกคล้อยตาม กลายเป็นไอคอนของวัฒนธรรมสวนกระแส (counterculture) ในฐานะยานพาหนะยอดนิยมโบราณ แม้ปัจจุบันโลกยานยนต์จะมีวิวัฒนาการก้าวหน้าไปเพียงใด ภาพของรถเต่าหรือ Volkswagen Beetle ยังคงมีความโดดเด่นเตะตา และเป็นที่หมายปองของนักสะสมรถโบราณทั่วโลก

DeLorean DMC ในภาพยนตร์ Back to the Future

รถยนต์ DeLorean DMC มีจุดเริ่มต้นจาก John DeLorean ผู้ชายที่มีความชื่นชอบในกลุ่มรถสปอร์ต เขาตอบสนองความชื่นชอบของตนเองโดยการลงทุนก่อตั้ง DeLorean Motor Company ภายใต้ความตั้งใจที่พัฒนารถสปอร์ตที่มีชื่อเสียงระดับโลก โดยรถต้นแบบของ DeLorean DMC-12 ได้ถูกสร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1976 โดย DeLorean DMC-12 หมายถึงราคาที่ขายคือ 12,000 ดอลลาร์ และเริ่มการผลิตเพื่อออกจำหน่ายจริงในปี ค.ศ. 1981 ภายหลังบริษัท DeLorean DMC ได้ประสบปัญหาด้านการเงิน ส่งผลให้ DeLorean DMC-12 ถูกผลิตออกมาเพียง 9,000 คัน เท่านั้นและราคาที่ยากก็ขึ้นไปเนื่องจากต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ DeLorean DMC-12 กลายเป็นรถที่หายากขึ้นมาทันทีแม้จะขับไม่ดีก็ตาม โดย DeLorean DMC-12 มีเอกลักษณ์คือประตูทรงปีกนก (Gull Wing) โครงสร้างของตัวรถทำด้วยเหล็กกล้า ส่วนตัวถังทำด้วยสแตนเลสแบบไม่มีการพ่นสี นั่นคือออริจินัลของรถโดยแท้จริง จึงทำให้รถรุ่นนี้มีเพียงสิบรอนซ์เงินเท่านั้น ในส่วนของเครื่องยนต์ใช้หลักการแบบวางด้านหลังขนาด 2,849 cc (V6) กำลัง 170 แรงม้า พร้อมระบบ Disc Brake 4 ล้อ (ดังภาพที่ 4) ถือได้ว่าเป็นรถสปอร์ตที่ออกแบบให้มีความสมัยและมีเอกลักษณ์ในยุคนั้น (The standard, 2561)

ภาพ 4

DeLorean DMC ในภาพยนตร์ Back to the Future



หมายเหตุ. จาก Five things you might not know, by S, Kennouche, 2015, <https://www.scotsman.com/arts-and-culture/five-things-you-might-not-know-about-delorean-motor-company-1492030>

หลังจาก DeLorean DMC-12 ได้จำหน่ายในตลาดรถเป็นระยะเวลา 4 ปี DeLorean DMC-12 ได้ถูกนำไปใช้เป็นคาแรกเตอร์รถยนต์ย้อนเวลาในภาพยนตร์ Back to the Future ในปี ค.ศ. 1985 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ชมในระดับที่ดีมาก นำไปสู่การสร้างภาพยนตร์ภาคต่อจำนวน 2 ครั้งคือ Back to the Future Part II ในปี ค.ศ. 1989 และ Back to the Future Part III ในปี ค.ศ. 1990 โดยทุกภาคของภาพยนตร์ได้นำ DeLorean DMC-12 มาใช้ประกอบในทุกภาค และส่งผลให้คนทั่วไปรู้จัก DeLorean DMC-12 ในบทของ Time Machine หรือรถที่ใช้ในการข้ามเวลา (www.magcarzine.com, 2563) เรียกได้ว่าเป็นหนึ่งในรถที่กลายเป็นภาพจำในภาพยนตร์มากที่สุดคันหนึ่ง โดยในปี ค.ศ. 1985 ที่ภาพยนตร์เรื่อง Back To The Future ได้ออกฉาย ผู้ชมต่างได้ให้ความสนใจจากนักแสดงสมทบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะลักษณะของรถในยุคนั้น สามารถทำอัตราเร่งจาก 0-100 กม./ชม. ได้เพียง 8.8 วินาที ประกอบกับ จุดเด่นที่ประตูปีกนก โครงสร้างด้วยเหล็กกล้า ตัวถังทำด้วยสแตนเลสแบบไม่มีการพ่นสีจากที่ได้กล่าวไปแล้วในช่วงต้น พร้อมกับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ วิทยุเทป ทำให้ DeLorean DMC-12 เป็นสัญลักษณ์สำคัญความหลังในวัยเด็กที่เหล่าแฟนภาพยนตร์ Back to the Future ต่างปรารถนาครอบครอง ภาพลักษณ์ของ DeLorean DMC-12 ที่ถ่ายทอดในภาพยนตร์ Back to the Future โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ การสร้างภาพลักษณ์ของ DeLorean DMC-12 ให้มีความโดดเด่นมากกว่าการเป็นรถธรรมดา ๆ คันหนึ่ง โดยส่งผ่านในบทบาทของ Time Machine หรือรถที่ใช้ในการข้ามเวลา แม้จะเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในเรื่องการขาดพลังและประสิทธิภาพที่ไม่ตรงกับความต้องการจากรูปลักษณ์ภายนอก แต่กลายเป็นที่น่าจดจำสำหรับการปรากฏตัวในฐานะ Time Machine หรือรถที่ใช้ในการข้ามเวลา ในภาพยนตร์ Back to the Future นั่นคือ ผลส่วนหนึ่งของการสร้างภาพจำของ DeLorean DMC-12 ในภาพยนตร์ที่มีต่อการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม

สรุป

ภาพยนตร์เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่มีผลกระทบต่อผู้ที่รับชมสื่ออย่างมาก เรื่องราวที่นำเสนอผ่านภาพยนตร์เปรียบดังกระจกที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในช่วงเวลาที่ทำให้เห็นส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยภาพยนตร์มีส่วนสำคัญ คือ การชี้นำทางความคิด และเป็นสื่อที่สามารถสร้างค่านิยมทางสังคมได้ ในช่วงเริ่มต้นของการกำเนิดภาพยนตร์นั้น ภาพยนตร์ไม่ได้ถูกมองเป็นศิลปะ หากแต่ภาพยนตร์ถูกมองเป็นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมากกว่า แต่เมื่อระยะผ่านไปภาพยนตร์ได้มีบทบาทในแง่ของศิลปะมากขึ้น รวมไปถึงการเป็นเครื่องมือสื่อสาร สังคมและวัฒนธรรม การส่งผ่าน ค่านิยม และอุดมการณ์และส่งผลให้เกิดโลกทัศน์ความสำเร็จเชิงวัตถุนิยมที่ครอบงำวิถีคิด และมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน โดยในมุมมองของนักวิชาการด้านภาพยนตร์ ได้มีการอธิบายให้เห็นถึงธรรมชาติของภาพยนตร์ใน 4 มิติ อันประกอบด้วย มิติด้านของเทคโนโลยี มิติด้านอุตสาหกรรม มิติด้านศิลปะ และมิติด้านการขับเคลื่อนสังคมและวัฒนธรรม สำหรับมิติด้านการขับเคลื่อนสังคมและวัฒนธรรมนั้น ภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสาร สังคมและวัฒนธรรม อาจกล่าวได้ว่าภาพยนตร์จะเข้ามามีบทบาทในการครอบงำผู้ชมอย่างแนบเนียน และหากเป็นสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็จะขยายความต่อว่า แม้จะถูกครอบงำความหมายก็ตามแต่ผู้ชมก็สามารถตีความหมายได้ตามประสบการณ์ของตน

โดยภาพยนตร์แต่ละเรื่องที่ถูกสร้างขึ้นมีบทบาทในการส่งผ่านค่านิยมและอุดมการณ์และส่งผลให้เกิดโลกทัศน์ความสำเร็จเชิงวัตถุนิยม ที่ครอบงำวิถีคิดและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคมมีความเกี่ยวข้องกันอย่างเหนียวแน่นมาตั้งแต่ก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ในหลาย ๆ ภาพยนตร์ได้มีการสื่อสารภาพของวัตถุ โดยทำการสอดแทรกในบทภาพยนตร์ต่าง ๆ หนึ่งในวัตถุที่มักนำมาเป็นองค์ประกอบเสริมที่ทำให้ภาพยนตร์มีเอกลักษณ์ จุดเด่นหรือช่วยดำเนินเรื่องราวมากขึ้น ได้แก่ รถยนต์ โดยรถยนต์ได้ถูกนำมาใช้ประกอบการจัดสร้างภาพยนตร์ และมีจำนวนไม่น้อยกลายเป็นภาพจำในโลกภาพยนตร์ ซึ่งในทฤษฎีของผู้เขียนมองเห็นว่า ภาพจำของรถยนต์ที่ได้สื่อสารผ่านภาพยนตร์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคม โดยผู้เขียนจะได้นำเสนอรถที่ได้กลายเป็นภาพจำและนำไปสู่การแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ทางสังคมในภาพยนตร์ ได้แก่

1. Aston Martin DB5 ในภาพยนตร์ JAMES BOND 007 โดยในภาพยนตร์ JAMES BOND ได้มีการสื่อสารภาพของ Aston Martin DB5 ในฐานะที่เป็นรถประจำตัวของสารลับ 007 ที่สอดแทรกอัตลักษณ์ของ Aston Martin DB5 จนอาจกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์ JAMES BOND ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารหรือถ่ายทอดเอกลักษณ์ของรถยนต์ Aston Martin DB5 แก่ผู้ชมได้เป็นอย่างดี โดยเข้ามามีบทบาทในการครอบงำผู้ชมอย่างแนบเนียน และส่งผลให้ปัจจุบัน Aston Martin DB5 คือรถคลาสสิกที่มีราคาสูง อันนำไปสู่หนึ่งในรถยนต์ที่มีการถูกบันทึกลงในประวัติศาสตร์ของวงการยนตรกรรมและวงการภาพยนตร์มากที่สุด

2. Volkswagen ในภาพยนตร์ Herbie รถเต๋าหรือ Volkswagen Beetle ได้เป็นที่รู้จักจากภาพยนตร์เรื่อง Herbie โดยภาคแรกนั้นออกฉายในปี ค.ศ. 1968 และนำกลับมาทำใหม่อีกครั้งในปี ค.ศ. 2005 ภาพยนตร์ถูกสร้างภายใต้การดูแลของ Walt Disney ซึ่งเป็นเรื่องราวของ Volkswagen Beetle มีชีวิตและมีชื่อว่า “เฮอร์บี้ (Herbie)” โดยในภาพยนตร์ Herbie ได้นำเสนอภาพลักษณ์ รถเต๋า

หรือ Volkswagen Beetle ที่มีเอกลักษณ์ ความคลาสสิก โดยต้องมาทำการแข่งขันกับรถรุ่นใหม่ ๆ ผ่านการสอดแทรกการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ให้ Volkswagen Beetle เกิดการกระตุ้นผู้ชมให้รู้สึกคล้อยตาม กลายเป็นไอคอนของวัฒนธรรมสวนกระแส (counterculture) ในฐานะยานพาหนะยอดนิยมโบราณ แม้ปัจจุบันโลกยานยนต์จะมีวิวัฒนาการก้าวหน้าไปเพียงใด ภาพของรถเต่าหรือ Volkswagen Beetle ยังคงมีความโดดเด่นเตะตา และเป็นที่หมายปองของนักสะสมรถโบราณทั่วโลก

3. DeLorean DMC ในภาพยนตร์ Back to the Future หลังจาก DeLorean DMC-12 ได้จำหน่ายในตลาดรถเป็นระยะเวลา 4 ปี DeLorean DMC-12 ได้ถูกนำไปใช้เป็นคาแรกเตอร์รถยนต์ย้อนเวลาในภาพยนตร์ Back to the Future ในปี ค.ศ. 1985 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ชมในระดับที่ดีมาก นำไปสู่การสร้างภาพยนตร์เกิดภาคต่อจำนวน 2 ครั้งคือ Back to the Future Part II ในปี ค.ศ. 1989 และ Back to the Future Part III ในปี ค.ศ. 1990 ภาพลักษณ์ของ DeLorean DMC-12 ที่ถ่ายทอดในภาพยนตร์ Back to the Future คือ การสร้างภาพลักษณ์ของ DeLorean DMC-12 ให้มีความโดดเด่นมากกว่าการเป็นรถธรรมดา ๆ คันหนึ่ง โดยส่งผ่านในบทบาทของ Time Machine หรือรถที่ใช้ในการข้ามเวลา แม้จะเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในเรื่องการขาดพลังและประสิทธิภาพที่ไม่ตรงกับความคิดหวังจากรูปลักษณ์ภายนอก แต่กลายเป็นที่น่าจดจำสำหรับการปรากฏตัวในฐานะ Time Machine หรือรถที่ใช้ในการข้ามเวลาในภาพยนตร์ Back to the Future Part II

จากกรณีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าภาพจำรถยนต์ในภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายค่านิยม และอุดมการณ์ด้านสังคม โดยเข้ามามีบทบาทในการครอบงำผู้ชมอย่างแนบเนียน ผ่านการสอดแทรกการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ เกิดการกระตุ้นผู้ชมให้รู้สึกคล้อยตาม กลายเป็นไอคอนของวัฒนธรรมอันนำไปสู่หนึ่งในรถยนต์ที่มีการถูกบันทึกลงในประวัติศาสตร์ของวงการยนตรกรรมและวงการภาพยนตร์มากที่สุด

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องการใช้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.res.2009.26
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2553). การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2010.300
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2556). ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทริยา วิริยะศิริวัฒน์. (2558). การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์เรื่อง Les Misérables. [วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598584023.pdf>.
- ภัสสร สังข์ศรี. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างพัฒนาการของภาพยนตร์และบริบททางสังคม. วารสารเกษม บัณฑิต. 17 (2), 125-137.
- สมพงษ์ ใหม่จิตร. (2536). ค่านิยมในสังคมไทย: อุปสรรคต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2547). วิวัฒนาการวิทยาสมาคมใหม่ ในประวัติศาสตร์ไทย. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัลธูแซร์. (2557). อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ. สยามปริทัศน์.
- อโศก ไทยจันทร์รักษ์. (2557). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาประวัติศาสตร์การออกแบบ. บุรีรัมย์ : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- Bowie, J. (2021, 1 October). License to thrill James Bond's Aston Martin visits Glasgow's Silverburn as No Time To Die released. <https://www.thescottishsun.co.uk/tv/7761488/james-bond-aston-martin-car-glasgow>
- Filmv. (2012). ประวัติและวิวัฒนาการของภาพยนตร์. <https://filmv.wordpress.com/unit-1>.
- Hall. (1985). Adaptation and agronomy of Clitoria ternatea L. in Northern Australia. Trop. Grassl., 19: 156-163, [https://doi.org/10.1016/S0377-8401\(97\)00068-0](https://doi.org/10.1016/S0377-8401(97)00068-0)

- Headlightmag. (2558). Volkswagen Beetle ที่ใช้แสดงในหนัง Herbie ถูกประมูลไปด้วยราคา 3 ล้านบาท. <https://www.headlightmag.com/news-2015-12-13-beetle-in-herbie-sold-in-auction-for-3-million-baht/>.
- Heywood. (1994). *Political ideas and Concepts: An Introduction*. London: Macmillan.
- Jowett & Donnell. (2012). *Propaganda and Persuasion* (5th ed.). London: Sage.
- Kennouche, S. (2015). *Five things you might not know about DeLorean Motor Company*. <https://www.scotsman.com/arts-and-culture/five-things-you-might-not-know-about-delorean-motor-company-1492030>
- Levine. (1990). *Progress in small group research*. Annual Review of Psychology, 41, 585–634. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.003101>.
- Magcarzine. (2564). ชมความงาม Aston Martin DB5 ของ James Bond ที่มี 4 คันในโลก และคุณมีสิทธิ์เป็นเจ้าของได้. <https://www.magcarzine.com/james-bond-db5-auction/>.
- Magcarzine. (2563). เปิดตัวนาน รถย้อนเวลา DMC DeLorean กับเบื้องหลังสตูดิโอทั้งความฝัน น้อโก้ง และโคเคน !?. <https://www.magcarzine.com/dmc-delorean-history/>.
- Sillars & Gronbeck. (2011). *Communication Criticism: Rhetoric, Social Codes, Cultural Studies*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- The Love Bug. (2022). *The Love Bug Photo Gallery*. <https://www.imdb.com/title/tt0064603/mediaindex>,
- The people. (2564). ออดอล์ฟ ฮิตเลอร์: เผด็จการผู้ให้กำเนิดรถ ‘โฟล์คสวาเกน’ ที่ถูกทำให้ชอบด้วยเพราะภาพลักษณ์ในหนัง Herbie. <https://thepeople.co/volkswagen-hitler/>
- The standard. (2561). *DeLorean DMC-12 ยন্ত্রกรรมสุดล้ำจาก Back to the Future ถึง Ready Player One*. <https://thestandard.co/delorean-dmc-12/>.
- Turner. (1999). *The viable business structure for managing A guilty*. International Journal of Agile Management Systems, 1, 190–199.
- US Media Site. (2020, 4 June). *TBT : Drive in theaters experience a revival nationwide amid COVID*. <https://media.vw.com/en-us/releases/1328>

วัฒนธรรม และภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสาน เสื่อใบเตยในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

The Culture and Local Wisdom of the Handicrafts Pandanus Mats in Southeast Asia

สรารุช กลิ่นสุวรรณ¹

Saravudh Klinusuwan¹

Received : May 16, 2022

Revised : July 9, 2022

Accepted : July 27, 2022

¹ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

อีเมล : vudhsara@gmail.com

¹ Trade Officer, Senior Professional Level, Department of International Trade Promotion

E-mail : vudhsara@gmail.com