

## บทที่ 2

### ประวัติ ลักษณะและวัตถุประสงค์ในการผลิตภาพยนตร์สารคดี

#### ของงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

##### ประวัติการผลิตภาพยนตร์สารคดีของงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ ททท.

งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์เคยเป็นส่วนหนึ่งของงาน โสตทัศนูปกรณ์ กองผลิตอุปกรณ์ โฆษณา ซึ่งทำเกี่ยวกับภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (MOTION PICTURE) รวมกัน ต่อมางาน โสตทัศนูปกรณ์จึงแยกเป็นงานภาพนิ่งกับงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ ในช่วงปี พ.ศ. 2522 ททท.เริ่มเห็นถึงความสำคัญของสื่อภาพยนตร์ในการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและนอกประเทศให้มีการท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวที่ทำในตอนแรกนั้นได้จ้างบริษัทภายนอกผลิตให้ เป็นภาพยนตร์ 16 มม. เช่นเรื่อง ไทยแลนด์ นอร์ธ-เซาท์ (THAILAND NORTH-SOUTH) เอ็กซ์พลอเร ไทยแลนด์ (EXPLORE THAILAND) ฯลฯ โดยงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์คอยประสานงานกับบริษัทภายนอกตลอดเวลา ตั้งแต่ขึ้นวางแผนงานก่อนการถ่ายทำ การกำหนดหัวข้อ การตรวจบทภาพยนตร์ ควบคุมการถ่ายทำ ตลอดจนการตัดต่อลงเสียง สำหรับการเลือกเรื่องนั้นทางงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ได้ประสานงานกับฝ่ายการตลาด ซึ่งรับหน้าที่ในการศึกษาข้อมูลและวางแผนงานด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายหลักนั้นเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติในโซน (ZONE) ไหน เช่น ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง เอเชียตะวันออก ฯลฯ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักคืออะไร เพื่อนำไปกำหนดโครงเรื่องตามความสำคัญ จากนั้นจึงส่งโครงเรื่องให้กับบริษัทภายนอกทำการผลิตภาพยนตร์ตามโครงเรื่องที่ได้กำหนดไว้ แต่ก่อนที่บริษัทภายนอกจะทำการผลิตภาพยนตร์สารคดี บริษัทภายนอกต้องส่งรายละเอียดต่าง ๆ ในการผลิตภาพยนตร์ตามโครงเรื่องที่กำหนดไว้ ให้กับงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์เพื่อพิจารณา รวมทั้งรายชื่อบุคคลที่ทางบริษัทคัดเลือกแล้วว่าเป็นผู้รับผิดชอบการผลิตภาพยนตร์สารคดีให้กับททท. เมื่องานวิดิทัศน์และภาพยนตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าบริษัทภายนอกสามารถทำตามข้อกำหนดที่ทางททท.ตั้งไว้ได้ จึงทำสัญญาว่าจ้างให้บริษัทภายนอกผลิตภาพยนตร์ให้กับททท. โดยทำการผลิตปีละหนึ่งเรื่อง

ต่อมาเมื่อความนิยมในภาพยนตร์ 16 มม.ลดลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการผลิตภาพยนตร์ 16 มม. ค่อนข้างสูง เพราะต้องจ้างบริษัทภายนอกผลิตให้และต้องเสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการล้างฟิล์ม ค่าใช้จ่ายในการนำไปใช้งาน การนำไปฉายก็ค่อนข้างยุ่งยาก ฯลฯ งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์จึงเลิกจ้างบุคคลภายนอกผลิตภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวและเริ่มนำวิดิโอเทปเข้ามาใช้ในการทำงาน ในระยะแรกที่เริ่มนำวิดิโอเทปเข้ามาใช้นั้นเป็นการถ่ายข่าวต่าง ๆ ของททท.

เช่น ข่าวเกี่ยวกับการสัมมนาหรือการเป็นประธานเปิดงานของผู้ว่าการของททท. เป็นต้น เพราะตอนนั้นข่าวของททท.ต้องให้นักข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มาทำข่าวให้ นอกจากนี้ใช้วิดีโอในการถ่ายข่าวแล้ว ยังมีการทดลองถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีอีกด้วย ในขณะนั้นมีทีมงานประมาณ 4-5 คน เป็นคณะถ่ายทำขนาดเล็ก ทำกันเองตั้งแต่การเขียนบท การถ่ายทำ การตัดต่อ การลงเสียง หลังจากนั้น เมื่อมีอุปกรณ์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์จึงเริ่มผลิตรายการสารคดีเที่ยวเมืองไทย ช่วงสั้น ๆ ให้กับงานจัดรายการโทรทัศน์ กองเผยแพร่ของททท. เพื่อนำไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 และในเครือของช่อง 9 ต่างจังหวัดทั่วประเทศ เช่น รายการ “เที่ยวเมืองไทยในหนึ่งนาที”

หลังจากนั้น งานผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ได้ขยายมากขึ้น ทำให้งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ผลิตรายการไม่ทัน งานจัดรายการโทรทัศน์จึงจ้างบริษัทภายนอกผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวให้ เพื่อนำไปออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ในประเทศ ส่วนงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์หันมาผลิตภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวสำหรับส่งไปต่างประเทศโดยเฉพาะ เน้นตลาดต่างประเทศอย่างเดียว ไม่มีการผลิตภาพยนตร์สารคดีเพื่อออกอากาศในประเทศ ยกเว้นในกรณีที่มีงานเสริม คือ งานที่สำนักงานททท.ประจำต่างจังหวัดทำหนังสือขอใ้งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ผลิตภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับจังหวัดนั้น ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นโดยเฉพาะ เช่น ขอให้ทำภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานประเพณีต่าง ๆ ที่สำคัญที่ทางจังหวัดต้องการส่งเสริมให้ผู้คนจำนวนมากมาเที่ยวชมงานประเพณีนั้น หรือขอให้ผลิตภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวที่เป็นการแนะนำจังหวัดนั้น ๆ โดยตรง นอกจากนี้ยังมีงานผลิตภาพยนตร์สารคดี ตามคำขอของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้ในงานต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องนำไปออกอากาศทางโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว ขณะนี้ ทางงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์มีงานเสริม คือ การทำภาพยนตร์สารคดีเรื่อง “ยุทธศาสตร์ 3 พ.” ซึ่งเป็นการผลิตขึ้นตามคำขอของสำนักงานททท.จังหวัดพิษณุโลก ให้ช่วยส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดพิจิตร พิษณุโลกและเพชรบูรณ์ (3 พ.) นอกจากนี้ยังมีงานผลิตภาพยนตร์สารคดีตามคำขอของสำนักงานททท.จังหวัดระนอง เนื่องจากจังหวัดระนองกำลังเปิดสำนักงานททท.แห่งใหม่และมีการเปิดเส้นทางการบินไปลงที่จังหวัดระนองอีกด้วย

สำหรับการผลิตภาพยนตร์สารคดีตามคำขอของสำนักงานททท. ประจำจังหวัดต่าง ๆ และหน่วยงานราชการ จะต้องพิจารณาว่าเรื่องที่ขอให้ผลิตนั้นมีความสำคัญมากน้อยเพียงไร น่าสนใจมากแค่ไหน โดยจะไปสำรวจสถานที่ก่อนว่ามีแนวโน้มที่จะทำได้หรือไม่ ถ้าเป็นไปได้ก็จะผลิตให้ โดยจะออกมาในลักษณะของภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งจะเน้นภาษาไทยเป็นภาษาหลัก ภาษาอังกฤษเป็นภาษารอง

### ลักษณะภาพยนตร์สารคดีของงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ ททท.

งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ เดิมผลิตภาพยนตร์สารคดีข้อมูล (INFORMATION) <sup>1</sup> คือเป็นภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวพญา ก็จะเป็นการนำเสนอว่าพญามีอะไรบ้าง เดินทางมาพญาได้อย่างไร ขึ้นรถที่ไหน พักโรงแรมที่ไหน ในราคาประมาณเท่าไร จากโรงแรมไปเที่ยวที่อื่นได้อย่างไร ทานอาหารอร่อยที่มีชื่อเสียงได้ที่ไหน ไปดูโชว์หรือหาความสุขสนุกสนานได้จากที่ไหน เป็นต้น ภาพยนตร์สารคดีที่งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ผลิตขึ้นในช่วงแรกเป็นลักษณะนี้ แม้ว่าภาพยนตร์สารคดีข้อมูล (INFORMATION) สามารถให้รายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้ผู้ชมรู้สึกเบื่อและไม่สนใจในการไปหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว ต่อมา งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์จึงเปลี่ยนจากการผลิตภาพยนตร์สารคดีข้อมูล (INFORMATION) มาเป็นภาพยนตร์สารคดีส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ภาพยนตร์สารคดีส่งเสริมการขาย (PROMOTION) เป็นภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวที่ไม่มีคำบรรยายประกอบภาพมากจนเกินไปนัก เน้นความสวยงามและการตัดภาพอย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างอารมณ์ให้กับผู้ชม และโน้มน้าวใจให้ผู้ชมมาสัมผัสความสวยงามของสิ่งต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ตัวอย่างเช่น จากภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวพญา ถ้าทำเป็นภาพยนตร์สารคดีส่งเสริมการขาย (PROMOTION) จะไม่บอกว่าไปพญาได้อย่างไร พักที่ไหน ที่พักเป็นอย่างไร แต่นำเสนอในลักษณะภาพสวย เพลงเร้าใจ เสียงประกอบดี คำบรรยายสั้น ๆ ทุกอย่างกระชับและสมบูรณ์ในตัว ไม่มีรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว แต่เป็นลักษณะส่งเสริมการขายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความสนใจและเกิดความต้องการที่จะมาเที่ยวในประเทศไทย เพราะถ้าผู้ชมเกิดความสนใจแล้วก็ยอมไปขอข้อมูลได้จากสำนักงานททท. ที่มีอยู่ในทุกประเทศทั่วโลก เช่น ถ้าผู้ชมอยู่ที่อิตาลี เมื่อได้ชมภาพยนตร์วิดีโอเรื่องพญาแล้ว เห็นว่าสวยดี บรรยากาศน่าเที่ยวและเกิดความต้องการจะมาท่องเที่ยวที่พญา ผู้ชมคนนั้นรู้เพียงว่าพญาเป็นสถานที่หนึ่งในเมืองไทย แต่เขาสามารถไปหารายละเอียดได้ที่สำนักงานของททท. ที่ตั้งอยู่ที่กรุงโรมในประเทศอิตาลีได้ สำนักงานของททท. ทุกแห่งมีเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมกับมีภาพยนตร์วิดีโอสารคดีท่องเที่ยวประเทศไทยฉายประกอบด้วย นอกจากนี้ผู้ชมชาวต่างประเทศที่ต้องการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยยังสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเทศไทยได้จากบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศนั้น ๆ

<sup>1</sup> ฤชญา เพ็ชรกุล, "การผลิตสารคดีเพื่อการท่องเที่ยว," (สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์ฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526), หน้า 27.

### วัตถุประสงค์ในการผลิตภาพยนตร์สารคดีของงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ ททท.

วัตถุประสงค์ในการผลิตภาพยนตร์สารคดีของงานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ คือ ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกรู้จักประเทศไทยในแง่ของการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้ชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น เป็นการดำเนินงานภายใต้นโยบายของททท.ที่ว่า ต้องการส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวม

การผลิตภาพยนตร์สารคดีเรื่องหนึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทั่วโลก โดยผลิตเป็นภาษาต่างประเทศหลายภาษา นอกจากภาษาอังกฤษ เป็นการใช้ภาพชุดเดิม แต่เปลี่ยนคำบรรยายเป็นภาษาต่าง ๆ เช่น ถ้าไปฉายภาพยนตร์วิดีโอที่ประเทศจีน ก็ใส่คำบรรยายเป็นภาษาจีน ถ้าไปฉายที่เยอรมัน ก็ใส่คำบรรยายภาษาเยอรมัน ถ้าไปฉายที่ประเทศญี่ปุ่น ก็ใส่คำบรรยายภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ได้ทำการแปลงระบบของภาพยนตร์วิดีโอที่ผลิตขึ้นให้เป็นระบบที่ประเทศต่าง ๆ ใช้ เช่น แปลงเป็นระบบ SECAM สำหรับประเทศฝรั่งเศส หรือแปลงเป็นระบบ NTSC สำหรับประเทศญี่ปุ่น หรือไม่ต้องแปลงระบบ สำหรับอเมริกา เพราะใช้ระบบ PAL เหมือนกับประเทศไทย เป็นต้น สำหรับภาพยนตร์วิดีโอที่ผลิตขึ้น งานวิดิทัศน์และภาพยนตร์ได้จัดส่งไปตามสำนักงานททท. ทุกโซน (ZONE) ทั่วโลก บางครั้งอาจนำไปโฆษณาออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ของประเทศต่าง ๆ ก็ได้ เพื่อชักชวนโน้มน้าวให้ชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น