

Liu Hongwei. (2569) การศึกษาการเผยแพร่ภาพยนตร์จีนร่วมสมัยสู่ประเทศไทยภายใต้ความแตกต่างทางวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อาจารย์ ดร.กรวิพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา, ประ.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบทการเผยแพร่ภาพยนตร์จีนในประเทศไทยเชิงการสื่อสารการตลาด 2) เพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมจากการเผยแพร่ภาพยนตร์จีนในประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์และเชิงนโยบายในการพัฒนาการเผยแพร่ภาพยนตร์จีนในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือวิจัย 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ การวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งคัดเลือกแบบมีจุดมุ่งหมายและการคัดเลือกแบบความแตกต่าง รวมจำนวนทั้งสิ้น 46 คน ครอบคลุม 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกภาพยนตร์จีน 2) กลุ่มผู้เผยแพร่และสื่อกลางในประเทศไทย 3) กลุ่มผู้สนับสนุนและผู้มีอิทธิพล และ 4) กลุ่มผู้ชื่นชอบรับชมภาพยนตร์จีนในไทย โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านบริบท ตลาดมีลักษณะหดตัวในระยะหลังและมีการกระจุกตัวแบบสองขั้ว โดยมีการเปลี่ยนผ่านช่องทางหลักจากโรงภาพยนตร์ไปสู่แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง และมีการใช้กลยุทธ์การสร้างความเป็นท้องถิ่นเชิงลึกเพื่อเอาชนะส่วนตลาดทางวัฒนธรรม 2) ด้านผลกระทบ พบผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นแบบผสมผสาน กล่าวคือ ผู้ชมชื่นชมเทคโนโลยีการผลิต แต่แสดงการต่อต้านเนื้อหาที่สะท้อนอำนาจละมุนที่นำโดยรัฐอย่างชัดเจน และเกิดปรากฏการณ์การถอดรหัสแบบต่อต้านบนสื่อสังคมออนไลน์ 3) ด้านแนวทาง พบว่าต้องเผชิญแรงกดดันเชิงโครงสร้างสามชั้น จึงเสนอให้ใช้กลยุทธ์การแปลวัฒนธรรมที่เน้นสุนทรียศาสตร์แบบพุทธ การจับคู่ประเภทภาพยนตร์กับกลุ่มเป้าหมาย และการร่วมผลิตที่เน้นคุณค่าร่วมทางวัฒนธรรม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จในการเผยแพร่ภาพยนตร์จีนไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวสารเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ การปรับช่องทางและกระบวนการถอดรหัสของผู้รับสาร ภายใต้บริบทวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจำเป็นต้องมีกลไกสนับสนุนระดับนโยบายและการแปลวัฒนธรรมเชิงลึกเพื่อลดส่วนตลาดทางวัฒนธรรมต่อไป

คำสำคัญ : ภาพยนตร์จีนร่วมสมัย, การเผยแพร่, ประเทศไทย, ความแตกต่างทางวัฒนธรรม, ส่วนตลาดทางวัฒนธรรม

Liu Hongwei. (2026). **A Study on the Dissemination of Contemporary Chinese Films in Thailand under Cultural Differences.** Thesis M.Com.Arts. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Thesis Advisor : Dr. Puripat Kaewtathanawatana, Ph.D.

Abstract

This research aimed to: 1) study the context of Chinese film dissemination in Thailand from a marketing communication perspective, 2) evaluate the economic, cultural, and social impacts of Chinese film dissemination in Thailand, and 3) propose strategic and policy guidelines for developing the dissemination of Chinese films in Thailand. This qualitative study utilized two main research tools: document research and in-depth interviews with key informants selected via purposive sampling and maximum variation sampling. A total of 46 informants covered four groups: 1) Chinese film producers and exporters, 2) Thai distributors and intermediaries, 3) supporters and influencers, and 4) Thai audiences who prefer Chinese films. Data were analyzed using content analysis and descriptive analysis.

The research founded that 1) In terms of context, the market has recently contracted and featured bi-polar concentration, with a significant channel shift from cinemas to streaming platforms. Deep localization strategies were employed to overcome cultural discount. 2) Regarding impacts, significant positive economic impacts were found, notably the generation of film tourism. However, cultural impacts were mixed; audiences appreciated production technology but clearly resisted state-led soft power content, leading to a phenomenon of oppositional decoding on social media. 3) Regarding guidelines, the industry faced three layers of structural pressure. Therefore, the study proposed strategies of cultural translation focusing on Buddhist aesthetics, genre-target audience matching, and co-production emphasizing shared cultural values. The study indicated that success in disseminating Chinese films depended not only on the message itself but also on adapting communication channels and the audience's decoding processes within different cultural contexts. This requires policy-level support mechanisms and deep cultural translation to further reduce cultural discount.

Keywords : Contemporary Chinese Films, Dissemination, Thailand, Cultural Differences, Cultural Discount