

บทที่ 5

การวิเคราะห์กระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทยในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา

จากประเด็นความสำคัญของชื่อภาษาไทยในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อสื่อความหมายกับผู้ชมชาวไทยรวมถึงการวิเคราะห์รูปแบบชื่อภาษาไทยของภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาพบว่านอกเหนือจากการทำหน้าที่ในการสื่อความหมายให้ผู้ชมได้ทราบว่า เป็นภาพยนตร์ประเภทใดแล้วชื่อภาษาไทยยังจะต้องสร้างจุดดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาชมภาพยนตร์ให้มากที่สุดซึ่งก็คือเหตุผลทางด้านการทำรายได้ของภาพยนตร์นั่นเอง

การวิเคราะห์ในบทนี้จึงมุ่งประเด็นไปที่กระบวนการตั้งชื่อ เพื่อศึกษาให้เข้าใจถึงกระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทยในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาว่ามีลักษณะอย่างไรรวมทั้งนำเอาข้อมูลที่ได้จากผู้ตั้งชื่อมาวิเคราะห์ให้ทราบถึงรูปแบบในการตั้งชื่อภาษาไทยว่ามีลักษณะอย่างไรบ้าง ซึ่งการวิเคราะห์ในบทนี้จะเริ่มต้นด้วยการนำเอาแนวคิดเรื่องการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ในบทที่ 2 ที่กล่าวถึงขั้นตอนในการตั้งชื่อภาพยนตร์มาเป็นตัวเปรียบเทียบกับขั้นตอนในการตั้งชื่อภาพยนตร์ที่ได้จากการสัมภาษณ์หลังจากนั้นจะเป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งกระบวนการในการตั้งชื่อภาษาไทยของภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา รวมทั้งการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ของผู้ตั้งชื่อแต่ละแห่งให้ทราบถึงรูปแบบในการตั้งชื่อภาษาไทยว่ามีลักษณะอย่างไรเพื่อให้ได้มาซึ่งชื่อที่ประสบความสำเร็จสูงสุดตามหน้าที่ของชื่อภาษาไทย

ขั้นตอนในการตั้งชื่อภาษาไทย

จากแนวคิดเรื่องการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ที่กล่าวถึงขั้นตอนในการตั้งชื่อภาพยนตร์ว่ามี 6 ขั้นตอน คือ

1. การชมภาพยนตร์เพื่อศึกษาก่อนการตั้งชื่อ
2. การศึกษาเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์
3. การศึกษาสื่อโฆษณาของภาพยนตร์
4. การหาจุดขายของภาพยนตร์
5. การวางแผนความคิดในชื่อภาพยนตร์
6. การพิจารณาหลักเกณฑ์ในการใช้ภาษา

จากการสัมภาษณ์ เฮนรี ทราน และสุชาติ วุฒิวิชัย พบว่า มีขั้นตอนที่เหมือนและแตกต่างจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น โดยจะสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. การชมภาพยนตร์เพื่อศึกษาก่อนการตั้งชื่อ

เป็นความจำเป็นประการแรกที่ผู้ตั้งชื่อจะต้องทำความเข้าใจกับภาพยนตร์เรื่องนั้นๆให้ชัดเจนก่อนที่จะมีการนำออกฉายจริง ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสบการณ์จริงในขณะที่ชมภาพยนตร์ว่ามีจุดแข็งอะไรบ้าง

ผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่านมีความเห็นเช่นเดียวกันว่า การชมภาพยนตร์ทั้งเรื่องก่อนการตั้งชื่อมีความจำเป็นอย่างยิ่งขาดไม่ได้ เนื่องจากผู้ตั้งชื่อควรจะได้รับรู้ถึงมุมมองทั้งหมดที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์แล้วจึงค่อยนำมามุมมองเหล่านั้นมากลั่นกรองเป็นแนวคิดที่จะนำไปสู่การตั้งชื่อต่อไป ซึ่งการชมภาพยนตร์ก่อนการตั้งชื่อนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่านปฏิบัติตลอดมา

ในบางกรณี ผู้ตั้งชื่อไม่มีโอกาสชมภาพยนตร์ตลอดทั้งเรื่องหรือไม่ได้ชมภาพยนตร์เลย มีผลให้ชื่อที่ตั้งออกมาอาจจะไม่ดีพอ กรณีนี้ดังกล่าวเกิดขึ้นกับการตั้งชื่อภาพยนตร์เรื่อง เรียบจบแล้วแต่รักยังไม่จบ (Reality Bites) ซึ่งผู้ตั้งชื่อไม่มีโอกาสได้ชมภาพยนตร์ก่อนเนื่องจากบริษัทแม่ต้องการจะได้ชื่อภาษาไทยในลักษณะที่เร่าร้อนเพื่อนำเอาไปอธิบายความหมายให้กับบริษัทต้นสังกัดในต่างประเทศเพื่อขอคำอนุมัติในบางครั้งการส่งฟิล์มต้นฉบับจากต่างประเทศเกิดการล่าช้ามาไม่ทันกำหนดทำให้ต้องมีการตั้งชื่อก่อนที่จะชมภาพยนตร์โดยอาศัยการศึกษาจากข้อมูลและเอกสารอย่างอื่นเท่าที่มีอยู่ การทำ

เช่นนี้เป็นการเสี่ยงต่อการตั้งชื่อผิดพลาดอย่างมาก ซึ่งอาจส่งผลเสียหายให้กับรายได้ของภาพยนตร์เช่นกัน

ประเด็นถัดมาก็คือ เมื่อผู้ตั้งชื่อได้ชมภาพยนตร์ทั้งเรื่องแล้วจะต้องอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวในการทำความเข้าใจเนื้อเรื่องและมุมมองที่พบในภาพยนตร์ทั้งหมด ทั้งมุมมองที่เห็นอย่างเด่นชัด และมุมมองที่ซ่อนอยู่ซึ่งในประเด็นนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่สั่งสมมาและความเชี่ยวชาญในการตีความ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยื่นอยู่กับความสามารถของผู้ตั้งชื่อแต่ละคน ถ้าผู้ตั้งชื่อสามารถเข้าใจประเด็นต่างๆ ในภาพยนตร์ได้หมดก็จะส่งผลดีในการตั้งชื่อ แต่ถ้าหากผู้ตั้งชื่อไม่สามารถเข้าใจประเด็นในภาพยนตร์ได้ทั้งหมด หรือแม้แต่ไม่เข้าใจภาพยนตร์ทั้งเรื่องก็จะส่งผลเสียในการตั้งชื่อภาพยนตร์ได้ เช่นในกรณีของภาพยนตร์เรื่อง *Groundhog Day* ผู้ตั้งชื่อยอมรับว่าไม่สามารถทำความเข้าใจกับเนื้อหาของภาพยนตร์เรื่องนี้ได้อย่างลึกซึ้งแต่ด้วยความจำเป็นที่จะต้องรีบตั้งชื่อในเวลาอันกระชั้นชิดจึงได้ตั้งชื่อจากความเข้าใจอย่างผิวเผินว่า วันรักจงกลม ซึ่งเป็นชื่อที่ไม่สามารถสื่อประเด็นหลักของเรื่องได้อย่างชัดเจน เพียงแต่สื่อให้ผู้ชมได้ทราบว่า เป็นภาพยนตร์แนวรักเท่านั้น ซึ่งทางแก้สำหรับกรณีนี้ก็ คือ พยายามศึกษาจากข้อมูลอื่นๆเพิ่มเติม หรืออาจมีการปรึกษาผู้รู้ที่สามารถทำความเข้าใจภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ เพื่อขอคำแนะนำ

2. การศึกษาเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์

โดยปกติแล้ว ภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาทุกเรื่องจะมีเอกสารข้อมูลที่แนบมาด้วยเรียกว่า Production Note ซึ่งประกอบไปด้วยเรื่องย่อ ประวัติศาตร์ ผู้สร้าง ทีมงาน เหตุจูงใจในการสร้าง บันทึกของทีมงาน และสิ่งที่เป็นข้อมูลเจาะลึกอื่นๆ เอกสารดังกล่าวจะช่วยให้ทราบถึงปัญหา เป้าหมาย และแนวคิดในการสร้างภาพยนตร์เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ มากยิ่งขึ้น

เอกสารข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ตั้งชื่อสามารถเข้าใจรายละเอียดของภาพยนตร์ได้มากขึ้น รวมทั้งในกรณีของการส่งฟิล์มที่ล่าช้า

ไม่สามารถนำมาชมก่อนได้ ผู้ตั้งชื่ออาจศึกษาเอกสารข้อมูลเหล่านี้เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการตั้งชื่อ แต่จุดเสียก็คือผู้ตั้งชื่ออาจไม่ได้รับรายละเอียดทั้งหมดเมื่อเปรียบเทียบกับ การดูภาพยนตร์ด้วยตนเอง นอกจากนี้ เอกสารข้อมูลยังไม่สามารถสื่ออารมณ์ได้อย่างชัดเจนและลึกซึ้งเท่ากับการชมภาพยนตร์ด้วยตัวเอง

3. การศึกษาสื่อโฆษณาของภาพยนตร์

สื่อโฆษณาที่แนบมากับภาพยนตร์ได้แก่ แผ่นพับ ใบปิด โปสเตอร์ ภาพนิ่ง รวมทั้งเทปเบื้องหลังการถ่ายทำ และเทปตัวอย่างภาพยนตร์สำหรับการประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ตั้งชื่อจะต้องทำการศึกษา เนื่องจากการตั้งชื่อมีจุดประสงค์คือ เพื่อโฆษณาตัวภาพยนตร์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีแนวทางที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสื่อโฆษณา มิฉะนั้นอาจจะทำให้ผู้ชมสับสนได้ว่าเป็นภาพยนตร์คนละเรื่องกัน

ในบางครั้ง สื่อโฆษณาเหล่านี้ ก็อาจมีส่วนช่วยให้เกิดชื่อภาษาไทยได้ เช่นในกรณีของภาพยนตร์เรื่อง Jumping Jack Flash นำแสดงโดย วู้ปปี โกลด์เบิร์ก ในใบปิดโฆษณาของภาพยนตร์เรื่องนี้จะเป็นรูปนางเอกของเรื่อง มีสายไฟ สายโทรศัพท์พันอยู่รอบตัว แสดงถึงความยุ่งเหยิง และสื่อความหมายให้เห็นถึงความคลกขบขันอย่างชัดเจนผู้ตั้งชื่อจึงตั้งชื่อภาษาไทยว่านางสาวอี รุงคูนิง ซึ่งชื่อนี้ก็ถือว่าได้มาจากสื่อโฆษณาของภาพยนตร์ ในบางครั้ง สื่อโฆษณาอาจไม่สามารถเป็นตัวทำให้เกิดชื่อภาษาไทยได้ เนื่องจากการสื่อความหมายผ่านสื่อโฆษณาส่วนใหญ่ไม่สามารถครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดของภาพยนตร์ได้ ซึ่งอาจเป็นการเสี่ยงต่อความผิดพลาดถ้าหากจะตั้งชื่อโดยอาศัยสื่อโฆษณาอย่างเดียว

หากพิจารณาในเหตุผลที่ว่าชื่อภาษาไทยจะเป็นจะต้องมีแนวทางที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสื่อโฆษณา ในประเด็นนี้จะเห็นได้ว่าสื่อโฆษณาจะเป็นตัวหลักในการกำหนดแนวทางของชื่อ แต่หากมองในมุมกลับจะเห็นว่าในบางกรณี

ผู้ตั้งชื่อสามารถตั้งชื่อให้เป็นตัวกำหนดแนวทางของสื่อโฆษณาได้ ซึ่งกรณีเหล่านี้เกิดขึ้นกับการตั้งชื่อภาพยนตร์เรื่อง The Bear . ซึ่งตั้งชื่อไทยว่า หมี เพื่อนเคอะ เมื่อพิจารณาแล้วผู้ตั้งชื่อเห็นว่าสื่อโฆษณาทั้งหมดไม่สามารถถ่ายทอดประเด็นหลักที่ถ่ายทอดผ่านตัวชื่อคือ ประเด็นของมิตรภาพและความผูกพัน ผู้ตั้งชื่อจึงแก้ไขและเปลี่ยนแปลงสื่อโฆษณาใหม่ทั้งหมดเพื่อให้สื่อโฆษณาเหล่านั้นมาเป็นตัวเสริมการสื่อความหมายถึงมิตรภาพและความผูกพันตามชื่อภาษาไทย ในกรณีนี้จะพบว่าชื่อภาษาไทยจะเป็นตัวกำหนดแนวทางให้สื่อโฆษณาได้อย่างชัดเจนแต่การแก้ไขและเปลี่ยนแปลงสื่อโฆษณาเหล่านี้จะเกิดขึ้นกับภาพยนตร์อิสระ เท่านั้นซึ่งเหตุผลในกรณีนี้จะถูกกล่าวถึงในประเด็นความแตกต่างในด้านการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ต่อไป

4. การหาจุดขายของภาพยนตร์

ในภาพยนตร์แต่ละเรื่องจะมีการกำหนดหรือสร้างคุณค่าของการขาย (Commercial Value) ไว้ในภาพยนตร์เสมอเช่น ขายฉากรบ ฉากแผ่นดินไหว ขายเทคนิคพิเศษ หรือขายคาราน้ำแสดง ซึ่งผู้ตั้งชื่อจะเป็นจะต้องหาจุดขายเหล่านี้ให้พบเพื่อที่จะนำจุดขายเหล่านี้มาตั้งชื่อภาษาไทย โดยพิจารณาจาก

4.1 แนวของภาพยนตร์

ผู้ตั้งชื่อจะต้องพยายามแยกแยะให้ออกว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นเป็นแนวใด จากการวิเคราะห์พบว่า ภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาที่นำมาฉายในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ภาพยนตร์ดราม่า (Drama Film)
2. ภาพยนตร์คอเมดี้ (Comedy Film)
3. ภาพยนตร์ลึกลับตื่นเต้น และเขย่าขวัญ (Suspense and Horror Film)
4. ภาพยนตร์บู๊แอ็คชั่น (Action Film)

การที่ผู้ตั้งชื่อได้ทราบแนวทางของภาพยนตร์ก่อนก็จะทำให้ชื่อภาพยนตร์ที่ถูกตั้งออกมานั้นสามารถสื่อความหมายถึงแนวภาพยนตร์ได้อย่างเด่นชัดซึ่งก็นับได้ว่าแนวของภาพยนตร์เป็นจุดขายอย่างหนึ่งเช่นกัน

4.2 ตัวละครเอก

ตัวละครเอกของเรื่อง ถือเป็นจุดขายสำคัญอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งอาจจะ เป็นได้ทั้งบทบาทการแสดงของตัวละครเอกที่เกิดขึ้นในเรื่องหรือตัวดาราที่มานำแสดงในภาพยนตร์ ซึ่งในชื่อภาพยนตร์ส่วนใหญ่ที่มีจุดสำคัญของเรื่องอยู่ที่ตัวละครเอกก็มักจะเป็นเกี่ยวกับอชชีวประวัติของตัวละครหรือเรื่องราวใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นกับชีวิตของตัวละครในเรื่อง การตั้งชื่อภาพยนตร์จึงนำเอาตัวละครมาตั้งเป็นชื่อ ซึ่งก็สามารถทำได้ทั้งการนำเอาชื่อตัวละครในเรื่องมาตั้งชื่อเช่น ริกส์ คนมหากาฬ (Lethal Weapon), สก็อตกับฟรานวันนั้นจะไม่ลืม (Strictly Ballroom) ฯลฯ ในกรณีของภาพยนตร์เรื่อง สก็อตกับฟรานวันนั้นจะไม่ลืม (Strictly Ballroom) ซึ่งมีจุดขายสำคัญอยู่ที่การเต้นรำที่เรียกว่า Ballroom แต่เนื่องจากผู้ตั้งชื่อมีความเห็นว่า จุดขายที่เกี่ยวกับการเต้นรำรูปแบบนี้ไม่สามารถดึงดูดผู้ชมชาวไทยได้ จึงมีการเปลี่ยนจุดขายให้เป็นไปในแนวรักของหนุ่มสาวโดยการนำเอาชื่อของตัวละครเอกฝ่ายชายและหญิงมาตั้งเป็นชื่อซึ่งสามารถสื่อความหมายโดยนัยแฝงให้เห็นถึงความรักความผูกพันระหว่างคนสองคนจากการนำเอาชื่อฝ่ายชายและฝ่ายหญิงมาคู่กันทั้งนี้เพื่อเป็นการนำเสนอจุดขายเกี่ยวกับความรักที่ผู้ตั้งชื่อเห็นว่าเหมาะสมกว่าจุดขายเดิม นอกจากนั้นยังมีนำเอาชื่อของตัวละครเอกมาตั้งชื่อเพียงอย่างเดียวเช่น บั๊กซี่ (Bugsy), อะลาดีน (Aladdin) ฯลฯ ผู้ตั้งชื่ออาจจะใช้คำในลักษณะที่เป็นสมญานามของตัวละครเอกมาตั้งเป็นชื่อเช่น คนอันคราย 57 (Passenger 57), คาร์วอมหาประลัย 2032 (Demolitionman), โศคเดี่ยวผู้นำรัก (Home Alone) ฯลฯ ซึ่งคำที่เป็นฉายาเหล่านี้จะสื่อความหมายไปถึงตัวละครในเรื่องได้เป็นอย่างดีจากการวิเคราะห์พบว่าสมญานามเหล่านี้สามารถทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ติดตัวดารานำแสดงไปตลอดตั้งตัวอย่างเช่นภาพยนตร์เรื่อง น.ส.ซี เจาก๊วย (Sister Act) ที่ทำให้วู้ปปี โกลด์เบิร์ก ดารานำของเรื่องมีฉายาติดตัวว่า "เจาก๊วย" มาตลอด ผู้ตั้งชื่อก็ได้ฉกฉวยโอกาสนำเอาฉายามาตั้งเป็นชื่อ

ภาพยนตร์เรื่องต่อมาที่เธอนำแสดง อาทิเช่น **ขาวจ๋าม่ากับคำ เจาก๊วย**, **น.ส. เจาก๊วยหัวใจไม่ยอมแพ้** ซึ่งในกรณีเหล่านี้ถือเป็นการนำเอาผลดีที่เกิดจากความนิยมในสมณานามของตัวดารามาทำให้เกิดความสำเร็จทางด้านธุรกิจให้กับภาพยนตร์เรื่องต่อไป และถึงแม้ว่าบทบาทของตัวละครในภาพยนตร์เรื่องต่อๆมาจะไม่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับภาพยนตร์เรื่องแรกก็พบว่ายังมีการสมณานามเหล่านี้มาเป็นจุดขายโดยไม่คำนึงถึงเนื้อเรื่องและความเหมาะสมแต่อย่างใด

4.3 ฉากไคลแม็กซ์ (Climax)

ฉากไคลแม็กซ์นั้นจะเป็นฉากที่สำคัญที่สุดของเรื่องซึ่งก็คือประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดเรื่องราวทั้งหมดหรือผลของเหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในเรื่อง ซึ่งจะสังเกตได้ว่าฉากไคลแม็กซ์นี้มักจะถูกนำเสนอในตอนท้ายๆ เรื่องและมักจะเป็นฉากที่กระชากอารมณ์ผู้ชมได้มากที่สุด ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายสำคัญอีกประการหนึ่ง เช่นกันภาพยนตร์ที่ถูกตั้งชื่อตามฉากไคลแม็กซ์ได้แก่ **ยุทธการยึดเรือนรก (Under Siege)** ฉากไคลแม็กซ์ของเรื่องก็จะอยู่ที่การเข้าไปยึดเรือลำนี้ **มาเวอริคสุภาพบุรุษคัคหนึ่ง (Maverick)** มีฉากไคลแม็กซ์อยู่ที่คอนเล่นไพ่ซึ่งพระเอกสามารถหยิบไพ่ได้ไพ่เอซ (เบอร์หนึ่ง) ซึ่งทำให้เขาชนะ เลิศการเดิมพัน **ควलगกลางตะวัน (Tombstone)** ฉากไคลแม็กซ์อยู่ที่การควलगครั้งสุดท้าย โดยมีชีวิตเป็นเดิมพัน

4.4 เหตุการณ์เด่นๆ หรืออารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในเรื่อง

เหตุการณ์เหล่านี้ไม่จำเป็นจะต้องฉากไคลแม็กซ์ของเรื่องก็ได้ แต่เป็นเหตุการณ์ที่มีจุดเด่นและน่าสนใจ เช่น ฉากระเบิดทำลายล้างที่มีตลอดเรื่องของภาพยนตร์เรื่อง **จอมมหาประลัย (The Specialist)**, **ยุทธการทบนรกหมิ่นฟ้าเรนไฮด์ (On Deadly Ground)** รวมไปถึงฉากเสี่ยงตายที่เกี่ยวข้องกับความเร็วในสปีด **เร็วกว่ารถ (Speed)** นอกจากนั้นผู้ตั้งชื่อก็อาจจะนำเอาอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกที่เกิดจากตัวละครกับตัวละคร หรือผู้ชมกับตัวละคร เช่น **จะขอรัก เธอคราบทหัวใจยังมีอยู่ (When A Man Loves A Woman)** ก็เป็นการนำเอาความรู้สึกรักที่ตัวละครมี

ไว้แก่กันมา ตั้งเป็นชื่อหรือมีมิ่งไหมผู้ชายดีๆสักคน (Thelma & Louise) ก็เป็นการนำเอาความรู้สึกของตัวละครมาถ่ายทอดให้ผู้ชมได้รับรู้เป็นต้น

4.5 การขยายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

ถ้าผู้ตั้งชื่อเห็นว่าแนวทางภาพยนตร์เรื่องหนึ่งๆอาจดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเพียงกลุ่มเล็กๆเท่านั้น ผู้ตั้งชื่อก็อาจจะตั้งชื่อให้สื่อความหมายว่าเป็นภาพยนตร์แนวอื่นๆที่ใกล้เคียงเพิ่มขึ้นด้วยเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น ซึ่งกรณีเช่นนี้ถือว่าเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ตัวอย่างเช่นภาพยนตร์เรื่อง ฝึลิมหลุม3คราวนี้ฝึเนื่อนุ่ม (Return of the Living Dead 3) ซึ่งเป็นภาพยนตร์แนวเขย่าขวัญเกี่ยวกับปีศาจผีร้ายแต่เนื่องจากการตั้งชื่อที่สื่อความหมายถึงภาพยนตร์แนวเขย่าขวัญเพียงอย่างเดียวก็อาจจะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ผู้ตั้งชื่อจึงได้เติมคำว่าฝึเนื่อนุ่ม ซึ่งหมายถึง ฝึเพศหญิงลงไปซึ่งคำนี้มีนัยแฝงทางเพศอย่างชัดเจนทำให้สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการชมภาพยนตร์ที่มีฉากโป๊เปลือยได้ด้วย หรือกรณีของภาพยนตร์เรื่อง กลัวทำไมถ้าใจเป็นของเธอ (The Lover) ซึ่งเป็นภาพยนตร์แนวฮิโรติกที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเพศชายได้อยู่แล้วแต่ผู้ตั้งชื่อเกรงว่าผู้ชมเพศหญิงจะไม่กล้ามาดูภาพยนตร์เรื่องนี้จึงพยายามตั้งชื่อให้สื่อความหมายเป็นภาพยนตร์แนวรักโรแมนติกแทน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง

5. การวางแผนความคิดในชื่อภาพยนตร์

เมื่อผู้ตั้งชื่อได้ศึกษาข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวกับภาพยนตร์แล้ว ผู้ตั้งชื่อจะต้องนำข้อมูลเหล่านั้นมาประมวลให้เป็นทางเลือกว่าจะใช้มุมมอง หรือประเด็นใดมาตั้งเป็นชื่อ ซึ่งขั้นตอนต่อมาเมื่อสามารถเลือกประเด็นได้แล้ว ผู้ตั้งชื่อก็นำมาพิจารณาเพื่อสร้างรูปประโยคหรือกลุ่มคำที่จะใช้ในการตั้งชื่อโดยอาศัยโครงสร้างทางภาษาว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร และถึงแม้ผู้ตั้งชื่อจะสามารถคิดชื่อภาษาไทยออกมาเรียบร้อยแล้ว ก็อาจจะต้องนำมาขัดเกลาอีกครั้งให้ลงตัวและสื่อความหมายได้ชัดเจนที่สุด ทั้งหมดนี้จะต้องผ่านกระบวนการทางภาษาที่จะสร้างความสละสลวยและโดดเด่นให้กับชื่อ ซึ่งในประเด็นนี้จะกล่าวถึง

ในหัวข้อต่อไป

6. การพิจารณาวิธีการในการใช้ภาษา

เป็นการค้นหาคำมาประกอบในการตั้งชื่อ ซึ่งเมื่อได้แนวคิดแล้วจะต้องพยายามเลือกหรือสร้างคำเพื่อนำมาประกอบในชื่อภาษาไทยโดยอาศัยวิธีการต่างๆดังนี้

6.1 การเลือกคำจากกลุ่มคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน

ข้อได้เปรียบในภาษาไทย ก็คือการมีคำหลายๆคำที่สามารถสื่อความหมายในรูปแบบเดียวกัน ซึ่งในกรณีนี้ ถือว่าผู้ตั้งชื่อจะมีตัวเลือกมากขึ้นในการเลือกใช้คำที่เหมาะสม เช่นกลุ่มคำที่สื่อความหมายถึงความรักได้แก่ หัวใจ, ใจ, รัก, ความรัก ฯลฯ กลุ่มคำที่สื่อความหมายถึงความเหี้ยมโหด ได้แก่ นรก, โหด, เหี้ยม, ระห่ำ, บ้า, ประหาร, ตาย ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มคำที่สื่อถึงการระบุเพศของตัวละคร เช่น ผู้ชาย, สุภาพบุรุษ, เทพบุตร, คน, เขา, หล่อ, เจ้าชาย, พ่อ, ไอ้หนุ่ม ฯลฯ หรือเพศหญิงเช่น เธอ, สาวน้อย, เจ้าหญิง, สวย, นางสาว, คุณนาย ฯลฯ ซึ่งความเหมาะสมในการเลือกใช้คำต่างๆเหล่านี้ก็ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้ตั้งชื่อว่าจะเลือกใช้คำๆใด

6.2 การเล่นความหมายผกผัน (Paradox)

การเล่นความหมายในลักษณะนี้ เกิดขึ้นจากการนำเอาคำที่มีความหมายตรงกันข้ามมารวมกันในลักษณะของการผูกเป็นรูปประโยคหรือวลีหรือสลับตำแหน่งของคำเพื่อให้เกิดความหมายนัยใหม่ที่จะสามารถสื่อความหมายโดยนัยแฝงให้ลึกกว่าเดิม เช่น ภาพยนตร์เรื่อง *ไถ่บาปด้วยบุญปิน* (Unforgiven) คำว่า "บาป" กับ "บุญ" เป็นคำที่คนไทยทุกคนเข้าใจถึงความหมายนัยตรงว่ามีลักษณะตรงข้ามกันสิ้นเชิง เมื่อนำคำทั้ง 2 คำนี้มาใช้คู่กันโดยการเล่นความหมายผกผันทำให้เกิดการสื่อความหมายในระดับลึกที่แตกต่างออกไป

จากเดิมโดยผู้ชมจะเกิดการตั้งคำถามกับตัวเองว่า ความหมายของคำว่า"บาป" กับ"บุญ" ที่เคยได้รับรู้มาตั้งแต่ต้นจะถูกตีความในรูปแบบเดิมได้อีกหรือไม่ ซึ่งก็คล้ายกับในกรณีของภาพยนตร์เรื่องคร.กิ๊กฆ่ารักษาคณ (Dr.Giggles) ที่คำว่า"ฆ่า"กับคำว่า"รักษาคณ" ถูกนำมาใช้ในรูปแบบความหมายผกผัน ก่อให้เกิดการตั้งคำถามในหมู่ชมว่า การรักษาคณในการฆ่าจะเกิดขึ้นได้อย่างไรและถ้าเกิดขึ้นจะมีวิธีการที่แปลกประหลาดมากน้อยเพียงใด ซึ่งการตั้งชื่อโดยการเล่นความหมายผกผันให้เกิดคำถามในใจของผู้ชมนี้ มักจะประสบความสำเร็จในการสร้างความโดดเด่นสะดุดตาและสร้างจุดสนใจต่อผู้ชมอย่างมาก

6.3 การใส่ระดับความรุนแรงของความรู้สึก

การใช้ภาษาเป็นตัวบอกระดับความรุนแรงเหล่านี้จะพบมากในภาพยนตร์ประเภทบู๊ แอ็คชั่น อาทิเช่นอึดทะลุเพดานบัว (The Last Boy Scout), ทวงหนี้แบบขมขาม (Out For Justice), มันกลับมาเพื่อบัว 2 ค่อ (State of Grace) ฯลฯ ซึ่งในภาพยนตร์ประเภทอื่นๆจะมีการใส่ระดับของภาษาในรูปแบบที่แตกต่างออกไป อาทิเช่น แนวรักโรแมนติก ก็จะมีการใช้ภาษาที่บอกระดับความหวานซึ่ง ส่วนภาพยนตร์แนวตลกขบขัน ก็จะใช้ภาษาที่บอกระดับความตลกขบขันได้เช่นกัน

6.4 การเล่นคำ

ในภาษาไทยส่วนใหญ่ นอกจากจะมีการใช้คำที่มีความหมายผกผันและคำขยายที่บอกระดับความรุนแรงของความรู้สึก ก็จะมีการเล่นคำอีกรูปแบบหนึ่ง แต่เท่าที่พบในชื่อภาษาไทยมักจะเป็นการเล่นคำในลักษณะของการออกเสียงสัมผัส และการเล่นตัวอักษรมากที่สุด อาทิเช่น กวักก้า ซ่าส์ บ๊อค (Kwagga Strikes Back) เป็นการสัมผัสการออกเสียงสระอา จ้าม่่าเจ้าะแจะให้ เมืองอ้อม (Baby's Day Out) และ เคฟ พกควงมาดั่ง (Dave) เป็นการเล่นตัวอักษร จ.จวน และอักษรค.เด็ก, นะยะ นะหว่า นะโฮัย (Just One of The Girls) เป็นการเล่นคำว่า นะ, นินจิ๋ว นินจา นินแจ๋ว (3 Ninjas) เป็น

การเล่นคำว่านิน เพื่อสื่อความหมายถึงคำว่า นินจาส่วนการใช้คำว่า นินช้ำกัน 3 ครั้งจะสื่อความหมายถึงนินจาเด็ก 3 คนในเรื่องนั่นเอง, งามแล้วไม่รุ่งงาน (Hell on Earth: Hellraiser 2) ก็เป็นการเล่นตัวอักษร.งู, กลิ้งจับจับ (Critters) ก็เป็นการเล่นอักษร.งูเช่นกัน, หลุดจากหินแล้วกินไม่เลี้ยง (Blood StoreSubspecies 2) เป็นการเล่นคำคล้องจองในการอ่านออกเสียงคำว่า"หิน" และ"กิน" นอกจากเหนือจากการเล่นคำที่ใช้ตัวอักษรและการออกเสียงแล้วยังพบว่ามีการใช้คำวิเศษณ์ คุณศัพท์ และกริยามาเป็นคำนำหน้าเช่นซัดหัวใจให้สึ่ววีรรม (Born Yesterday) นอกจากนี้จะเป็นการเล่นการออกเสียงสระอีแล้ว ยังมีการใช้คำคุณศัพท์ขยายเปรียบเทียบให้เกิดความสละสลวยด้วยและที่สำคัญของคือเป็นการเล่นคำที่หีบยกเอาสุภาสิตโบราณมาใช้คือคำว่า "ซัดสึ่ววีรรม" ซึ่งถือว่าเป็นการเล่นคำที่เป็นจุดเด่นในการใช้ภาษาไทย ในกรณีเหล่านี้จะพบว่าการเล่นคำเป็นข้อได้เปรียบของภาษาไทย ซึ่งสามารถทำได้ดีกว่าภาษาอังกฤษและทำให้ชื่อภาษาไทยเกิดความโดดเด่นสะดุดตาเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม จากการวิเคราะห์การเล่นคำในลักษณะดังกล่าวพบว่า จะทำให้เกิดการเป็นอิสระในแง่ของการเลือกใช้คำมาเล่นให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม เช่น การเล่นคำที่เป็นคำสะแลงให้เกิดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น หรือการเล่นคำที่เป็นสุภาสิตโบราณเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ เป็นต้น ซึ่งความเป็นอิสระในการเล่นคำเหล่านี้จะส่งผลดีในเชิงการตลาดให้กับตัวภาพยนตร์

6.5 การใช้คำที่แสดงลักษณะ เฉพาะที่ทำให้เกิดจินตภาพ

การใช้คำเหล่านี้สามารถสื่อความหมายได้หลายรูปแบบ อาทิเช่น การใช้ตัวเลขเพื่อสื่อความหมายถึงยุคสมัยในภาพยนตร์เรื่อง คาร์ว มหาประลัย 2032 (Demolition Man) ตัวเลข 2032 ก็คือปีที่เกิดเรื่องราวในภาพยนตร์นั่นเองหรือแม้แต่ คนเหล็ก2029 (Terminator) ก็เป็นกรณีเดียวกัน การใช้ตัวเลขในการบ่งบอกปีเหล่านี้จะสามารถสื่อให้ผู้ชมเกิดจินตภาพว่าเป็นโลกอนาคตได้อย่างชัดเจน ซึ่งในกรณีนี้นิยมใช้ในภาพยนตร์ในจินตนาการอย่างมากอีกกรณีหนึ่งได้แก่การใช้คำแสลง หรือคำที่กำลังเป็นที่นิยมใช้ทั้งในหมู่วัยรุ่น และสื่อมวลชนแขนงต่างๆมาตั้งเป็นชื่อ เพื่อสื่อความหมายให้เกิดจินตภาพบาง



อย่างเช่นวงจรประหลาด(ไม่อุบาทว์แต่คู่) (Phantsam 3) เป็นการนำเอา คำว่าวงจรอุบาทว์ที่มีความหมายในแง่ของการเมือง โดยดึงเอาความหมายโดย นัยแฝงที่หมายถึงความชั่วร้ายที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีการจบสิ้นมาเป็นตัวสื่อความ หมายซึ่งทำให้เกิดความโดดเด่นสะดุดตาอย่างมาก อีกตัวอย่างหนึ่งได้แก่เรื่อง ริโคเชต์ นรกหมกเม็ด (Richochet) คำว่า หมกเม็ด เคยเป็นที่นิยม ใช้ในหมู่สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ในปีพ.ศ. 2535ที่ประเทศไทยเกิด เหตุการณ์ล้มล้างรัฐธรรมนูญโดยกลุ่มทหารที่เรียกตนเองว่า"คณะรักษาความสงบ เรียบร้อยแห่งชาติ" (รสช.) ในช่วงเวลานั้นคำว่า"หมกเม็ด"ถูกบัญญัติขึ้นมาโดย สื่อมวลชนซึ่งสื่อความหมายถึงนักการเมืองที่กระทำการโดยปิดบังไม่ให้สาธารณชน ได้รู้ ซึ่งในเวลาต่อมาก็เกิดคำว่า"โปรงใส" โดยมีความหมายตรงกัน ข้ามกับคำว่า "หมกเม็ด" หมายถึงนักการเมืองมือสะอาดที่กระทำการทุกอย่าง โดยบริสุทธิ์และเปิดเผยในภาพยนตร์เรื่องนี้คำว่า"หมกเม็ด"ถูกนำมาขยายคำว่า "นรก" ซึ่งอาจแปลความหมายไปถึงความเหี้ยมโหดที่แอบซ่อนอยู่นั่นเอง จากตัว อย่างของภาพยนตร์เรื่องนี้พบข้อสังเกตว่าในบางครั้งหากผู้ตั้งชื่อใช้คำที่มีลักษณะ ทนยุคทันสมัย ผู้ตั้งชื่อจำเป็นต้องใช้ให้ถูกจังหวะเวลาด้วยเพราะคำเหล่านี้มักจะ เกิดขึ้นและหมดความนิยมลงอย่างรวดเร็วหากผู้ตั้งชื่อเลือกใช้คำอย่างผิดเวลาก็ จะทำให้ชื่อภาพยนตร์เกิดความล้าสมัยและไม่ได้รับความนิยมดังเช่นกรณีของ ริโคเชต์นี้ เป็นการตั้งชื่อที่ตั้งเอาไว้มานานตั้งแต่ปีพ.ศ. 2535แต่ภาพยนตร์เรื่องนี้ถูกนำ ออกฉายในปีพ.ศ. 2537 ซึ่งคำว่า"หมกเม็ด"หมดความนิยมไปแล้วทำให้ผู้ชมไม่ สามารถสื่อความหมายกับคำนี้ได้เท่าไรนักในกรณีนี้สามารถสรุปได้ว่าการเล่นคำ ในลักษณะนี้จะแสดงถึงการหยิบเอาบริบททางด้านวัฒนธรรมการใช้ภาษาในจังหวะ เวลาหนึ่งๆเข้ามาใช้ทำให้ชื่อภาษาไทยเกิดความโดดเด่นและทันสมัยอย่างมาก แต่การตั้งชื่อในลักษณะนี้จะมีจุดอันตรายถ้าผู้ตั้งชื่อใช้ภาษาผิดจังหวะเวลาก็ อาจเกิดผลเสียในเชิงธุรกิจได้

จากการวิเคราะห์ขั้นตอนในการตั้งชื่อภาษาไทยโดยอาศัยแนวคิด เรื่องการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์เป็นกรอบในการวิเคราะห์โดยนำเอาบทสัมภาษณ์ ของเฮนรี ทราน ทราน และสุชาติ วุฒิวิชัย มาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์จะพบว่า โดยภาพรวมแล้ว ขั้นตอนในการตั้งชื่อของผู้ตั้งชื่อทั้งสองจะมีขั้นตอนที่คล้าย คลึงกัน ซึ่งมีลำดับการทำงานเป็นไปตามแนวคิดที่นำมาเป็นกรอบวิเคราะห์ แต่

หากพิจารณาในด้านรายละเอียดแล้วจะพบว่ารูปแบบการทำงานของทั้งคู่มีลักษณะแตกต่างกันในรายละเอียดซึ่งจะสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบในหัวข้อต่อไปนี้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการในการตั้งชื่อของ สุชาติ วุฒิวิชัยและ
เฮนรี ทราน

สุชาติ วุฒิวิชัย และเฮนรี ทราน เป็นผู้ที่รับผิดชอบในการตั้งชื่อภาษาไทยให้กับบริษัทภาพยนตร์ระดับแนวหน้าของวงการภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาในประเทศไทยซึ่งทั้งคู่คร่ำหวอดอยู่ในวงการนี้มากกว่า 10 ปี ประสบการณ์และฝีมือในการบริหารธุรกิจภาพยนตร์ของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 ท่าน จึงสามารถใช้เป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

หากพิจารณาถึงวิธีการตั้งชื่อภาษาไทยจากบทสัมภาษณ์ผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่าน จะพบที่มีความแตกต่างอยู่หลายประเด็นซึ่งเกิดมาจากปัจจัยและเหตุผลที่แตกต่างกัน และความแตกต่างเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์แยกย่อยได้เป็นประเภทดังนี้

1. ความแตกต่างในด้านวิธีการตั้งชื่อ
2. ความแตกต่างในด้านการใช้ภาษา
3. ความแตกต่างในด้านการค้าเงินธุรกิจภาพยนตร์

1. ความแตกต่างในด้านวิธีการตั้งชื่อ

วิธีการตั้งชื่อทั้งของสุชาติ วุฒิวิชัย และเฮนรี ทราน มีลักษณะที่ค่อนข้างคล้ายกันอยู่มากโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่หนึ่ง เริ่มจากการศึกษาตัวภาพยนตร์เป็นอันดับแรกซึ่งก็คือชมภาพยนตร์ เรื่องนั้นให้จบศึกษาเอกสารประชาสัมพันธ์และข้อมูลต่างๆที่บริษัทแม่ส่ง

มาให้ ผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่านถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น เนื่องจากในการตั้งชื่อภาษาไทย นั้นผู้ตั้งชื่อควรที่จะต้องรับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นทาง ด้านภาพ บทภาพยนตร์เพลงประกอบ ตัวตาราที่แสดงและรายละเอียดทุกสิ่ง ทุกอย่างที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลที่ว่า ทุกสิ่งที่ เกิดขึ้นในภาพยนตร์สามารถนำมาตั้งเป็นชื่อได้ทั้งสิ้น ถึงแม้สิ่งนั้นจะเกิดขึ้น เพียงชั่ววินาทีเดียวในภาพยนตร์ก็ตาม นอกจากนี้ชื่อภาพยนตร์ยังอาจจะไม่ได้ เกิดจากสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทางหูและตาเพียงอย่างเดียว ความรู้สึก ที่เกิดขึ้นในขณะที่ดูภาพยนตร์ก็สามารถนำมาเป็นประเด็นในการตั้งชื่อได้เช่นกัน ความรู้สึกดังกล่าวขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างอารมณ์ระหว่างภาพยนตร์ กับผู้ชมว่ามีมากน้อยแค่ไหน ดังนั้นความรู้สึกที่เกิดขึ้นขณะชมภาพยนตร์ดังกล่าว จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากซึ่งผู้ตั้งชื่อไม่ควรจะมองข้าม

ขั้นที่สอง หลังจากที่ถูกตั้งชื่อได้รับทราบเรื่องราวและสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งหมด ในภาพยนตร์แล้วสิ่งสำคัญอันดับต่อมาก็คือการวางจุดขายของภาพยนตร์ ซึ่งจุดขาย ในภาพยนตร์นี้ตั้งอยู่บนแนวคิดทางธุรกิจ 2 ข้อ ก็คือจะขายให้ใคร และจะขายด้วย อะไร คำว่าจะขายให้ใครนั้นก็คือการมองกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง โดยมองว่า ภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์ประเภทบู๊ แอ็คชั่น กลุ่มเป้าหมายที่ดูกว้างไว้ก็มัก จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงผู้ใหญ่ เพศชาย ส่วนผู้ชมเพศหญิงและเด็กนั้นถือว่าไม่จัดอยู่ใน กลุ่มเป้าหมายของภาพยนตร์ประเภทนี้ ซึ่งการวางกลุ่มเป้าหมายของภาพยนตร์ นี้ ในภาพยนตร์เรื่องหนึ่งอาจมีกลุ่มเป้าหมายมากกว่า 1 กลุ่มก็ได้ซึ่งก็จะสามารถ ทำให้ภาพยนตร์มีรายได้เพิ่มขึ้น มากกว่าภาพยนตร์ประเภทที่มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างจำกัดวงแคบ ส่วนอีกประโยคหนึ่งที่ว่า จะขายด้วยอะไรนั้น ก็คงจะต้องมอง ย้อนกลับมาดูที่ภาพยนตร์เรื่องนั้นโดยอาศัยประสบการณ์ในการชมภาพยนตร์ของผู้ตั้ง ชื่อว่า "มีอะไรจะขายได้บ้าง" ซึ่งก็คือการมองจุดขายของภาพยนตร์นั่นเองโดย มองว่าภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวมีจุดดึงดูดความสนใจผู้ชมแบบใดบ้าง อาจจะเป็น ตารานำแสดงที่กำลังเป็นที่นิยม หรือฉากตื่นเต้นหวาดเสียวที่สร้างอารมณ์ให้กับ คนดู รวมไปถึงฉากเชิควงที่เร้าร้อนรุนแรงหรือแม้แต่กระทั่ง ฉากระเบิดทำลาย ล้างที่ลงทุนเป็นจำนวนเงินมหาศาลโดยความเห็นชอบของผู้ตั้งชื่อซึ่งในแต่ละเรื่อง อาจจะมีจุดขายมากกว่าหนึ่งจุดก็ได้ แต่จะต้องมีลำดับความสำคัญลดหลั่นกันลงไป ตามลำดับ

ขั้นที่สาม หลังจากที่สามารถหาจุดขายที่เห็นว่าถูกต้องให้กับภาพยนตร์เรื่องนั้นได้แล้ว ก็จะต้องย้อนกลับมาดูที่ชื่อภาษาอังกฤษเดิมว่าสามารถสื่อความหมายได้ตรงจุดขายหรือไม่ ซึ่งในบางครั้งจุดขายที่ทางบริษัทแม่กำหนดมากับจุดขายในประเทศไทย อาจไม่เหมือนกัน ชื่อภาษาอังกฤษจึงมีอาจนำมาใช้อ้างอิงได้ เพราะจุดขายมีความสำคัญอย่างมากโดยขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจุดขายจุดหนึ่งจะไม่สามารถขายได้กับทุกกลุ่ม ในประเด็นนี้ผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่านมีวิธีการที่คล้ายกันโดยจะมองที่ตั้งชื่อภาษาอังกฤษก่อนแต่หากชื่อภาษาอังกฤษไม่สามารถนำมาใช้ได้ก็ต้องตั้งชื่อภาษาไทยขึ้นมาใหม่ โดยให้ชื่อสามารถสื่อความหมายถึงจุดขายที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อคนไทยให้ได้ชัดเจนที่สุด หลังจากนั้นการตั้งชื่อของผู้ตั้งชื่อแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันไปความแตกต่างเหล่านี้จะนำมากล่าวถึงในการวิเคราะห์หัวข้อต่อไป

ขั้นที่สี่ เมื่อได้ชื่อภาษาไทยเรียบร้อยแล้วผู้ตั้งชื่อจะพิจารณาถึงแง่มุมในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อีกด้วยเพราะเนื่องจากชื่อจะถือเป็นสาร (Message) ที่สื่อความหมายไปถึงตัวภาพยนตร์ได้แล้ว ชื่อที่ดีเหล่านั้นยังจำเป็นที่จะต้องถูกส่งผ่านไปยังผู้ชมโดยผ่านช่องทาง (Channel) ที่เหมาะสมอีกด้วยสำหรับในประเด็นนี้พบว่า สุชาติวุฒิวิชัย ได้ให้ความสำคัญอย่างมากโดยให้ความเห็นว่าแคมเปญโฆษณาอาจมีความสำคัญในอัตราส่วนที่เท่ากับชื่อภาพยนตร์ที่เดียวและจากการสัมภาษณ์ก็พบว่า เชนรี ทราน ไม่ได้เห็นในประเด็นนี้เท่าใดนักเนื่องจากส่วนภาพยนตร์ประเภทตัวแทนจำหน่ายของ เชนรี ทราน จะถูกกำหนดรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาจากบริษัทแม่มาตั้งแต่ต้นซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงอะไรได้อีก

สำหรับความแตกต่างในประเด็นนี้จะพบว่า สุชาติ วุฒิวิชัย จะได้เปรียบในการที่จะสร้างสรรค์แคมเปญโฆษณาให้มีลักษณะดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่า แคมเปญโฆษณาเหล่านี้จะถูกนำเสนอพร้อมกับชื่อภาษาไทยของภาพยนตร์ โดยใช้กลยุทธ์ทางการโฆษณาที่สามารถสร้างความสนใจให้เกิดกับกลุ่มผู้ชมได้เป็นอย่างดีแต่ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ไม่ใช่ว่ากรณีของ เชนรี ทราน จะไม่มีการใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์แต่อย่างใดเพียงแต่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ

ภาพยนตร์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของ เฮนรี ทราน นั้น จะถูกนำเสนอออกมาในรูปแบบต่างๆไปอาทิเช่น โฆษณาในหน้าโฆษณาภาพยนตร์ในหนังสือพิมพ์รายวัน หรือสปีดโฆษณาทางโทรทัศน์รวมทั้งแผ่นใบปลิวขนาดเล็ก(Hand Bill)ที่มีรูปและข้อมูลประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์แจกแก่ประชาชนทั้งไปตามจุดชุมชนต่างๆ ซึ่งการโฆษณาแบบธรรมดาที่บริษัทภาพยนตร์อื่นๆก็นิยมใช้กันอยู่ทั่วไปมักจะไม่สามารถสร้างความโดดเด่นเท่าใดนักเมื่อเปรียบเทียบกับแคมเปญโฆษณาที่ถูกผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษแบบ สุชาติ วุฒิวิชัย ประเด็นของการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะถูกวิเคราะห์ในแง่ของความแตกต่างในระบบการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

2. ความแตกต่างในด้านการใช้ภาษา

หากพิจารณาจากชื่อภาพยนตร์ที่ สุชาติ วุฒิวิชัย และ เฮนรี ทราน ตั้งมาตั้งแต่ในยุคแรกๆจนถึงปัจจุบันจะพบว่าชื่อของผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 มีลักษณะการใช้ภาษาที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างชื่อของสุชาติ วุฒิวิชัยจะเป็นชื่อที่มีลักษณะการใช้ภาษาที่หรือหว่ามากกว่านอกจากนั้นยังเป็นชื่อที่มักจะมีลักษณะในเชิงตั้งคำถามให้กับผู้ชมทั่วไปรูปแบบของประโยคคำถามและประโยคบอกเล่าซึ่งส่วนมากรูปประโยคดังกล่าวจะสร้างความสนใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี เนื่องมาจากการใช้ภาษาที่แปลกโดยเฉพาะคำศัพท์ที่มักจะไม่ค่อยใช้ในชีวิตประจำวัน หรือแม้แต่ว่าสะแลงว้ยรุ่นต่างๆที่คิดค้นขึ้นหรือหยิบยกเอาคำที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันมาใช้เพื่อให้เข้ากับเหตุการณ์

ตัวอย่างชื่อภาษาไทยในอดีตของสุชาติ วุฒิวิชัยที่มีการใช้ภาษาที่ค่อนข้างโดดเด่นได้แก่เรื่อง **สู้เขาสู้** **เจ็บ**(Bad News Bear)ซึ่งหากพิจารณาถึงบริบทในสมัยนั้นจะพบว่า เป็นชื่อที่แหวกแนวและโดดเด่นมากซึ่งผู้ตั้งชื่อยืนยันว่าชื่อภาพยนตร์เรื่องนี้ทำให้ภาพยนตร์ประสบความสำเร็จอย่างไม่คาดฝันอีกประการหนึ่งได้แก่การคิดค้นคำขึ้นใหม่โดยที่เป็นคำที่ไม่มีความหมายในภาษาไทยแต่การอ่านออกเสียงสามารถสร้างปรากฏการณ์ทางด้านรายได้ให้กับภาพยนตร์นั้นได้ดีทีเดียว

กรณีของการตั้งชื่อภาพยนตร์โดยใช้ประโยคคำถามก็เป็นกลยุทธ์อีกแบบหนึ่งที่ สุชาติ วุฒิวิชัย ใช้น้อยอาทิเช่นภาพยนตร์เรื่อง *อะไรอยู่ในตะกร้า* (Three Men and a Cradle) หรือภาพยนตร์เรื่อง *อะไร? (It's Alive)* ซึ่งเป็นภาพยนตร์ในอดีตที่สามารถสร้างจุดสนใจได้เป็นอย่างดี ส่วนภาพยนตร์ในยุคปัจจุบันที่มีลักษณะเป็นคำถามก็เช่น *จะบิงเงินหรือบิงรัก-หือ? (For Lover or Money)*, *โลกมากลากไม่หาย? (Greedy)*, *ใครว่าเราถั่งโง่-หือ? (Dumb and Dumber)* ฯลฯ

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ ชื่อที่มีลักษณะเป็นคำสะแลงหรือหว่าและชื่อที่เป็นประโยคคำถามนั้นเป็นชื่อภาพยนตร์ที่จำเป็นจะต้องอาศัยการออกเสียง ซึ่งในจุดนี้สามารถวิเคราะห์โดยอาศัยแนวคิดทางด้านภาษาที่ว่า การสื่อความหมายของภาษาทำได้ 2 วิธี คือการสื่อความหมายทางวจนภาษา (Verbal) ได้แก่คำต่างๆ ที่บอกความหมายในตัวของมันเองในลักษณะของการสะกคคำ ส่วนอีกวิธีหนึ่งก็คือ การสื่อความหมายทางอวจนภาษา (Non-verbal) ที่เป็นการใช้สีลา น้ำเสียง และจังหวะการออกเสียงมาเป็นตัวเพิ่มรสชาต ให้เกิดการย้ำความหมายของวจนภาษาให้ชัดเจนและโดดเด่นขึ้นจากกรณีดังกล่าวพบว่าหากชื่อภาษาไทยสามารถสื่อความหมายในลักษณะของวจนภาษาได้ดีในระดับหนึ่งและถูกเสริมด้วยการสื่อความหมายในสีลา น้ำเสียง และจังหวะการออกเสียงเพิ่มเติมเข้าไป จะทำให้ชื่อภาษาไทยมีความโดดเด่นและน่าสนใจรวมทั้งสามารถสื่อความหมายได้ดีสักว่าปกติ โดยในกรณีนี้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทวิทยุและโทรทัศน์จะเป็นสื่อเดียวที่สามารถตอบสนองการออกเสียงเช่นนี้ได้ ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ การสื่อความหมายโดยใช้อวจนภาษาของชื่อภาษาไทยบรรลุผลสำเร็จได้

หากมองย้อนกลับมาที่การใช้ภาษาของ เชนรี ทราน จะพบว่าเขามักจะไม่ตั้งชื่อที่มีลักษณะหรือหว่ามากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งชื่อที่เป็นคำถามและใช้คำสะแลงวัยรุ่นจะค่อนข้างน้อยมาก หากพิจารณาที่ผลงานการตั้งชื่อตามกลุ่มตัวอย่างจะพบว่าชื่อส่วนใหญ่จะถูกตั้งขึ้นในลักษณะของการบรรยายเนื้อหา บุคคลที่เป็นตัวเอก หรือเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในเรื่องมากกว่าโดยจะอาศัยความสละสลวยของภาษามาเป็นตัวเสริมให้ชื่อเกิดความคล้องจอง และสื่อความ

หมายได้อย่างชัดเจน เช่นภาพยนตร์เรื่องอินเคอะไลน์ ออฟ ไฟร์ แพนลิ่งหารนรกที่ละจัน (In The Line of Fire), น.ส. ซีเจาก๊วย (Sister Act), สปีด เร็วกว่านรก (Speed) ฯลฯ ในประเด็นนี้สามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่าชื่อภาพยนตร์ของ เฮนรี ทราน เป็นชื่อที่สื่อความหมายในระดับที่ค่อนข้างง่ายเพราะ เนื่องจากชื่อส่วนใหญ่มีลักษณะ เป็นการบรรยายเหตุการณ์หรือจุดขายของภาพยนตร์เรื่องนั้นโดยตรง แต่กรณีของสุชาติ วุฒิวิชัย ชื่อภาพยนตร์ที่เป็นประโยคคำถามมักจะสร้างความสงสัยในระดับแรกให้กับผู้ชมที่พบเห็นชื่อภาพยนตร์ทำให้เกิดคำถามตามมาว่าชื่อภาพยนตร์มีความหมายว่าอะไรจากการวิเคราะห์พบว่าคำถามเหล่านี้จะไปเป็นตัวจูงใจให้ผู้ชมเกิดความอยากรู้อาพยนตร์เพื่อจะหาคำตอบของคำถามที่แฝงอยู่ในชื่อภาพยนตร์ซึ่งในจุดนี้ผู้ตั้งชื่อให้ความเห็นว่าเป็นการสร้างเสน่ห์ให้กับชื่อที่เมื่อได้ยินแล้วต้องนำมาขบคิดหาคำตอบอันทำให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้ชมอยากเข้าไปชมภาพยนตร์นั่นเอง

นอกเหนือจากรูปแบบของประโยคในชื่อภาพยนตร์แล้ว อีกกรณีหนึ่งก็คือว่าเป็นผลพวงมาจากการใช้ภาษาโดยตรงก็คือการเล่นความหมายผกผัน (Paradox) ซึ่งเป็นการใช้คำที่มีความหมายตรงกันข้ามมาจับคู่กันทำให้เกิดความโดดเด่นรวมไปถึงการสลับตำแหน่งในรูปแบบประโยคหรือวลีเพื่อให้เกิดการสื่อความหมายในลักษณะที่ตรงกันข้าม ตัวอย่างชื่อภาพยนตร์ของเฮนรี ทรานที่ใช้การกลับความหมายนี้ได้แก่ เคอะฟูจิทึฟ จันทำเนียบจับตาย (The Fugitive) คำว่า "จันทำเนียบ" กับคำว่า "จับตาย" เป็นคำที่มีอารมณ์ของภาษาต่างกันมากแต่เมื่อนำมารวมกันก็สามารถสร้างความหมายที่แปลกออกไปมา ได้บาศด้วยบุญป็น (Unforgiven) คำว่า "บาป" กับ "บุญ" เป็นคำที่อาจจะเรียกได้ว่าเป็นขั้วตรงข้ามของกันและกันเมื่อนำมารวมกันโดยอาศัยการเล่นคำในลักษณะนี้ทำให้เกิดการสื่อความหมายในเชิงเปรียบเทียบที่สละสลวยและค่อนข้างลึกกว่าปกติสุภาพบุรุษสิงหลอกเจ้า (Distinguished Gentleman) คำว่า "สุภาพบุรุษ" เป็นภาษาที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูงแต่คำว่า "สิงหลอกเจ้า" จะสามารถสื่ออารมณ์ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการและมีความหมายไปในเชิงลบซึ่งตรงข้ามกับคำว่าสุภาพบุรุษ

ส่วนรูปแบบการใช้ภาษาในด้านการกลับความหมายของ สุชาติ วุฒิวิชัย มีตัวอย่างดังนี้ บีโธเฟ่น ชื่อหมาแต่ไม่ใช่หมา (Beethoven) เป็นการใช้คำในลักษณะที่ปฏิเสธกันในตัวของมันเองทั้งๆที่ "บีโธเฟ่น" เป็นชื่อของหมาแต่วลีที่ว่า "แต่ไม่ใช่หมา" ทำให้เกิดความหมายตรงกันข้ามซึ่งสื่อความหมายโดยนัยแฝงถึงความไม่ธรรมดาของหมาตัวนี้ สุคร 13 ผินหวาน (Jason Goes to Hell) จริงๆแล้ววันสุครที่ 13 สามารถสื่อความหมายในทางที่ไม่ดีและน่าสะพรึงกลัว แต่ผู้ตั้งชื่อกลับใช้คำว่า "ผินหวาน" แทนคำว่า "ผินร้าย" ทำให้เกิดการขัดกันของความหมายซึ่งจะสามารถสร้างเสน่ห์ให้กับชื่อภาพยนตร์ได้อย่างดี อีกตัวอย่างหนึ่งคือชื่อ โรแมนติก ทามเคียด (True Romance) ซึ่งเป็นการใช้ภาษาที่มีการขัดกันทางความหมายอย่างค่อนข้างรุนแรงคำว่า "โรแมนติก" กับคำว่า "ทามเคียด" นั้นเป็นคำที่สื่อความหมายที่แทบจะไม่สามารถเกี่ยวข้องกันได้ แต่เมื่อนำมารวมกันจึงสื่อความหมายไปถึงความรักในรูปแบบที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใครได้เป็นอย่างดี

อีกลักษณะหนึ่งที่พบเฉพาะในชื่อภาพยนตร์ที่ สุชาติ วุฒิวิชัย ตั้งเท่านั้น ก็คือการตั้งชื่อให้สื่อความหมายตรงข้ามกับประเด็นหลักของภาพยนตร์ ซึ่งการตั้งชื่อในลักษณะนี้ สุชาติ วุฒิวิชัย ให้ความเห็นว่าจะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกขัดแย้ง เมื่อได้ชมภาพยนตร์เรื่องนั้นแล้ว ซึ่ง สุชาติ วุฒิวิชัย คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ทำให้ผู้ชมได้คิดและสนใจชื่อในระดับที่มากกว่าปกติทำให้ชื่อภาพยนตร์ เป็นสิ่งที่ผู้ชมจะต้องหยิบมาขบคิดเพื่อหาคำตอบไม่ใช่เพียงแค่อูอย่างผ่านไปเท่านั้น ตัวอย่างเช่นภาพยนตร์เรื่อง วีร่าห์ ไม่โกหก (Mon Pere, Ce Heros) ซึ่งตรงกันข้ามกับเนื้อเรื่องที่น่างอกของเรื่อง (วีร่าห์) โกหกทุกคนตั้งแต่ต้น เรื่องชื่อในลักษณะนี้จึงทำให้เกิดคำถามในความคิดของผู้ชมว่าทำไมถึงตั้งชื่อว่าวีร่าห์ไม่โกหกทั้งๆที่น่างอกโกหกตลอดเรื่อง สำหรับกรณีนี้ ผู้ตั้งชื่อได้ให้คำตอบเอาไว้ในแคมเปญโฆษณาเรียบร้อยแล้วโดยใช้คำโปรยต่อท้ายชื่อภาษาไทยว่า "ถ้าโกหกเพื่อรักก็ไม่ผิดหรอกนะหนู" ซึ่งก็สามารถสร้างความกระจ่างให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี อีกตัวอย่างหนึ่งได้แก่ภาพยนตร์เรื่อง เมินเสียเถอะความตาย (Dead Again) ซึ่งผู้ตั้งชื่อได้ให้ความเห็นในกรณีนี้ว่าอยากตั้งชื่อที่สวนทางกับประเด็นหลักในภาพยนตร์และภาพยนตร์เรื่องนี้ ก็เกี่ยวกับความตายของตัวเองตลอดเรื่อง แต่คำว่า "เมินเสียเถอะความตาย" ตั้งขึ้นมาเพราะอยากให้ผู้ชมมีความรู้สึกที่ตัวเอกของเรื่องอยากจะทำปฏิเสศความตาย ตัวอย่างสุดท้ายที่ถือกันว่าเป็นตัวอย่างที่อมตะมากที่สุดก็คือ ภาพยนตร์เรื่อง ไร่...

นึกว่าโง่ (IQ Zero) ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จมาก เนื่องจากมีแนวคิดที่ต้องการหักมุมให้ผู้ชมคิดว่าจริงแล้วตัวเอกในเรื่องอาจจะไม่ได้โง่เหมือนชื่อเรื่องก็ได้ทั้งๆที่บุคลิกจากตัวเอกเป็นคนโง่ ซึ่งก็สามารถสร้างความฮือฮาในหมู่ผู้ชมได้ระยะหนึ่ง

ในกรณีนี้สุชาติ วุฒิวิชัยได้ให้ความเห็นว่าหลักที่เขายึดมาตลอดเวลาที่ทำหน้าที่ตั้งชื่อก็คือ ผู้ตั้งชื่อจะต้องก้าวเร็วกว่าผู้ชมไป 5 ก้าวเสมอ ซึ่งก็หมายถึงการคิดและการสร้างสรรค์ชื่อภาษาไทยนั้น จำเป็นจะต้องทำให้เกิดชื่อที่สะดุดตาทำให้เกิดการถกเถียงในหมู่ผู้ชมว่าเพราะเหตุใดภาพยนตร์เรื่องนั้นจึงได้มีชื่อภาษาไทยแบบนั้น และหากผู้ตั้งชื่อจะย่ออยู่กับที่ตลอดโดยไม่พัฒนาฝีมือการตั้งชื่อให้มีความทันสมัยก็เท่ากับเป็นการดูถูกตัวเอง

3. ความแตกต่างในด้านการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์

ระบบการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาในประเทศไทยนั้นถือว่าเป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่านมีแนวคิดในการตั้งชื่อที่แตกต่างกัน

ในประเทศไทยระบบการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์สำหรับอเมริกาแบ่งออกเป็น 2 แบบโดยแบบแรกจะเป็นบริษัทตัวแทนหรือบริษัทสาขาที่เข้ามาเปิดดำเนินการในประเทศไทยโดยที่บริษัทเหล่านี้จะทำหน้าที่เพียงจัดฉายภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์ต่างๆที่ได้มีการตกลงทำสัญญากันไว้เพื่อจะนำรายได้ทั้งหมดส่งกลับไปยังบริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งก็คือรูปแบบการดำเนินการของบริษัทเครือเมเจอร์ (Major Group Company) ที่เชนรี ทราน รับผิดชอบอยู่นั่นเองแต่ในวงการธุรกิจภาพยนตร์คำว่า เครือเมเจอร์จะเรียกรวมถึงกลุ่มบริษัทในเครือ UIP (United International Picture) ด้วยซึ่งก็เนื่องมาจากการรวมตัวกันเพื่อจัดฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ที่รวมเรียกว่า เครือเมเจอรื้นั่นเอง นอกจากนั้นคำว่า "เมเจอร์" หรือ "หนังเมเจอร์" ยังเป็นคำที่ผู้ประกอบการใช้เรียกภาพยนตร์ที่สังกัดอยู่ในบริษัทจัดจำหน่ายในเครือเมเจอร์ทั้งหมดซึ่งก็คือภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่อยู่ภายใต้สมาชิกภาพของสมาคมผู้ส่งออกภาพยนตร์แห่งสหรัฐอเมริกานั้นเอง

ส่วนการดำเนินธุรกิจอีกแบบหนึ่งนั่นก็คือ บริษัทจัดจำหน่ายที่ก่อตั้งโดยคนไทยซึ่งบริษัทเหล่านี้จะทำการซื้อภาพยนตร์ต่างประเทศนำเข้ามาฉายในประเทศไทย ในโรงภาพยนตร์ที่บริษัทของตนเป็นเจ้าของรวมทั้งโรงภาพยนตร์อื่นๆที่ได้มีการทำสัญญาเช่ากันเอาไว้ รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบนี้จะมีรายได้เป็นของตัวเองเนื่องจาก การซื้อภาพยนตร์มาจากต่างประเทศถือเป็นการซื้อขายโดยไม่มีการผ่อนชำระหรือทำสัญญาเช่าใดๆทั้งสิ้นรายได้ที่เกิดจากกำไรสุทธิจึงตกเป็นของบริษัทเหล่านี้โดยไม่ต้องแบ่งให้กับเจ้าของภาพยนตร์ในต่างประเทศอีกภาพยนตร์ที่บริษัทเหล่านี้นำเข้ามาฉายได้แก่ ภาพยนตร์อิสระ (Independent Studio Company) ซึ่งไม่อยู่ในสมาคมผู้ส่งออกภาพยนตร์แห่งสหรัฐอเมริกาซึ่งบริษัทที่สุชาติ วิชัยวุฒิ รับผิดชอบในด้านการตั้งชื่อก็คือ บริษัทเอเพ็กซ์ และบริษัทนนท์ เอนเตอร์เทนเมนท์ ส่วนภาพยนตร์ที่อยู่ในสังกัดของบริษัท UIP บางเรื่องที่ได้มีการสัญญาตกลงกันให้นำมาจัดฉายในโรงภาพยนตร์ของเครือเอเพ็กซ์นั้นก็ต้องอยู่ในความรับผิดชอบของสุชาติ วิชัยวุฒิ เช่นกันแต่ระบบของรายได้ก็ต้องกระทำตามแบบภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ต่างๆไป

ด้วยความแตกต่างในด้านการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ที่กล่าวมาแล้วทำให้นโยบายการบริหารงานของบริษัทต่างๆมีผลต่อการตั้งชื่อของผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 คนซึ่งบอกพิจารณาในกรณีนี้นโยบายเรื่องการตั้งชื่อของบริษัทในเครือเมเจอร์มีลักษณะค่อนข้างที่จะบีบบังคับในการวางจุดขายรวมถึงการตั้งชื่อภาษาไทย ซึ่งเป็นข้อกำหนดของบริษัทแม่ ในกรณีที่ผู้ตั้งชื่อสามารถตั้งชื่อภาษาไทยให้กับภาพยนตร์เรื่องหนึ่งได้แล้ว จำเป็นที่จะต้องมีการแปลชื่อภาษาไทยกลับไปเป็นภาษาอังกฤษ แล้วส่งกลับไปยังบริษัทแม่เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมเมื่อทางบริษัทแม่อนุญาตแล้วจึงจะสามารถนำชื่อภาษาไทยเหล่านั้นไปใช้ได้ สำหรับ เฮนรี ทราน กรณีดังกล่าวเหล่านี้ มักเกิดขึ้นกับภาพยนตร์ที่บริษัทแม่มีความเป็นห่วงทางด้านแผนการตลาดเป็นพิเศษ จึงออกคำสั่งให้มีการระมัดระวังในการวางแผนการตลาดและการโฆษณาอย่างเคร่งครัด แต่จะเป็นเฉพาะในภาพยนตร์ใหญ่ๆบางเรื่องเท่านั้น

แต่สำหรับภาพยนตร์ในเครือ UIP ที่สุชาติ วิชัยวุฒิ เป็นผู้ตั้งชื่อให้จะค่อนข้างเคร่งครัดกับนโยบายเช่นนี้มาก ชื่อภาษาไทยทุกๆชื่อจะต้องถูกแปลส่งไปยังบริษัทแม่เพื่อทำการพิจารณาเห็นชอบ ซึ่งตรงจุดนี้เป็นข้อเสียเปรียบในการตั้งชื่อของ

สุชาติ วุฒิวิชัย มากเนื่องจากขาดอิสระในการตั้งชื่อ ซึ่งบางครั้งก็ส่งผลกระทบทางด้านรายได้พอสมควร ส่วนภาพยนตร์ในเครือเอเพ็กซ์ และนนท์นนท์ เอนเตอร์เทนเมนท์ ที่เป็นภาพยนตร์อิสระจะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้มากกว่า เนื่องจากผู้ตั้งชื่อสามารถวางแผนโฆษณาได้ใหม่ทั้งหมดโดยไม่ต้องคำนึงถึงบริษัทแม่ ในกรณีดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าสุชาติ วุฒิวิชัยจะมีลักษณะการตั้งชื่อที่แตกต่างกัน เนื่องจากความแตกต่างทางการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ของบริษัทต้นสังกัด

ในประเด็นนี้ข้อได้เปรียบของ เชนรี ทราน ก็คือชื่อภาษาไทยส่วนใหญ่สามารถอนุมัติได้ด้วยตัวเองไม่จำเป็นต้องแปลส่งไปยังบริษัทแม่ เนื่องจากเขามีตำแหน่งเป็นประธานบริษัทในประเทศไทยซึ่งจะสามารถดูแลและรับผิดชอบทุกเรื่องซึ่งแตกต่างจาก สุชาติ วุฒิวิชัยที่มีตำแหน่งเป็นครีเอทีฟให้กับเครือเอเพ็กซ์และนนท์นนท์ชื่อที่สุชาติ วุฒิวิชัย ตั้งทั้งหมดนอกจากจะต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหารฝ่ายไทยของบริษัท UIP แล้ว ยังต้องแปลส่งไปขออนุมัติจากผู้บริหารชาวต่างชาติอีก ซึ่งสรุปได้ว่าอิสระในการตั้งชื่อของสุชาติ วุฒิวิชัยในภาพยนตร์เครือ UIP มีน้อยมาก

อย่างไรก็ตาม สุชาติ วุฒิวิชัย ก็มีข้อได้เปรียบบางประการหนึ่งในกรณีของภาพยนตร์อิสระที่ถูกซื้อมาฉายโดยเครือเอเพ็กซ์ เนื่องจากภาพยนตร์ดังกล่าวเป็นภาพยนตร์ที่ถูกซื้อขาด กรรมสิทธิ์ทุกอย่างจึงตกเป็นของบริษัทในประเทศไทย ซึ่งมีสิทธิ์ที่ปรับปรุงหรือตัดแปลงสื่อโฆษณาด้วยตัวเองที่สำคัญก็คือ การตั้งชื่อภาษาไทยของสุชาติ วุฒิวิชัยไม่จำเป็นต้องแปลส่งไปให้บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศให้ความเห็นชอบใดๆอีก สุชาติ วุฒิวิชัย จึงมีอิสระอย่างเต็มที่ในการตั้งชื่อให้กับภาพยนตร์อิสระรวมทั้งยังมีอิสระในการวางแผนแคมเปญโฆษณาด้วยตัวเองโดยสามารถวางแผนปรับปรุงสื่อต่างๆได้อย่างเป็นอิสระเต็มที่ซึ่งจุดนี้ถือเป็นข้อได้เปรียบทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีมากกว่าบริษัทภาพยนตร์เครือเมเจอร์

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการตั้งชื่อของทั้งสองคนก็คือ เรื่องของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากระบบโลกาภิวัตน์ ผู้ตั้งชื่อทั้งสองมีความเห็นตรงกันว่าเมื่อโลกาภิวัตน์ เกิดขึ้นผู้ชมชาวไทยจะได้รับข้อมูลข่าวสารฮอลลีวูดอย่างรวดเร็วและ

ทันเหตุการณ์ ทำให้ภาพยนตร์ของเครือเมเจอร์ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบในด้านดีตามไปด้วยเนื่องจากผู้ชมชาวไทยจะได้รับทราบข้อมูลและเรื่องราวต่างๆในภาพยนตร์ก่อนที่จะนำเข้ามาฉายในประเทศไทยซึ่งประเด็นนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีก็คือภาพยนตร์ที่ทำรายได้ดีในอเมริกา ก็จะเป็นที่สนใจของผู้ชมชาวไทยส่วนภาพยนตร์ที่ล้มเหลวในอเมริกาก็มักจะไม่ได้ได้รับความนิยมในประเทศไทยด้วยทั้งนี้เนื่องจากประชาชนชาวไทยได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารข้อมูลอย่างทันต่อเหตุการณ์นั่นเอง

นอกจากนั้น การตั้งชื่อภาษาไทยของภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ยังจะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษที่จะไม่ก่อให้เกิดความสับสนเมื่อผู้ชมรับรู้ชื่อภาษาอังกฤษอยู่ก่อนแล้ว อาจทำให้เข้าใจผิดเมื่อรู้ชื่อภาษาไทยในภายหลังทำให้คิดว่าเป็นภาพยนตร์คนละเรื่องกัน ในประเด็นนี้จึงทำให้เกิดชื่อประเภททับศัพท์ภาษาอังกฤษเพื่อป้องกันความสับสน แต่ก็จะทำให้อิสระในการตั้งชื่อภาษาไทยลดน้อยลงไปด้วยเช่นกัน

นอกจากโลกาภิวัตน์จะทำให้อิสระของชื่อภาษาไทยในภาพยนตร์เครือเมเจอร์ลดลง แล้วสุชาติ วุฒิวิชัยยังให้ความเห็นว่า จะทำให้ภาพยนตร์อิสระที่ไม่โด่งดังมากนัก ตกอยู่ในความเสี่ยงที่จะล้มเหลวอย่างมาก เนื่องจากการได้รับข่าวสารข้อมูลจะทำให้คนหันไปสนใจภาพยนตร์ฮอลลีวูดกันหมด ซึ่งทำให้ภาพยนตร์อิสระเหล่านี้ จำเป็นจะต้องตั้งด้วยความระมัดระวังและรอบคอบเป็นพิเศษรวมทั้งต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มากขึ้นกว่าเดิมอีกด้วยเพื่อที่จะสามารถต่อสู้กับภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ที่ถือว่ามีส่วนเข้าถึงอย่างสถานีโทรทัศน์ CNN เป็นตัวช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์

เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ สุชาติ วุฒิวิชัย ประสบปัญหาในการตั้งชื่อภาพยนตร์ให้กับบริษัท UIP ก็คือระบบการดำเนินการในการส่งฟิล์มต้นฉบับเข้ามาในประเทศไทยที่ค่อนข้างช้า ทำให้ในบางครั้งจะต้องตั้งชื่อภาษาไทยทั้งๆที่ยังไม่เคยชมภาพยนตร์เรื่องนั้นเลยด้วยซ้ำ ซึ่งจุดนี้เป็นจุดที่เสี่ยงอย่างมาก โดยที่ผู้ตั้งชื่อเองก็ยอมรับว่าอันตราย เพราะถ้าหากตั้งชื่อผิดก็จะทำให้เกิดความเสียหายต่อภาพยนตร์เรื่องนั้นเป็นอย่างมากในขณะที่ระบบการนำเข้าฟิล์มของบริษัทเครือ

เมเจอร์ของเฮนรี ทรานมีความรวดเร็วกว่า เขาจึงได้ชมภาพยนตร์ทุกเรื่องก่อน
จะตั้งชื่อ ยกเว้นเสียแต่ว่าในช่วงระยะเวลานั้นมีภาพยนตร์เข้ามามาก จนไม่
สามารถดูได้ทั้งหมด ก็อาจทำให้ตั้งชื่อไม่ทันกำหนดเข้าฉายได้

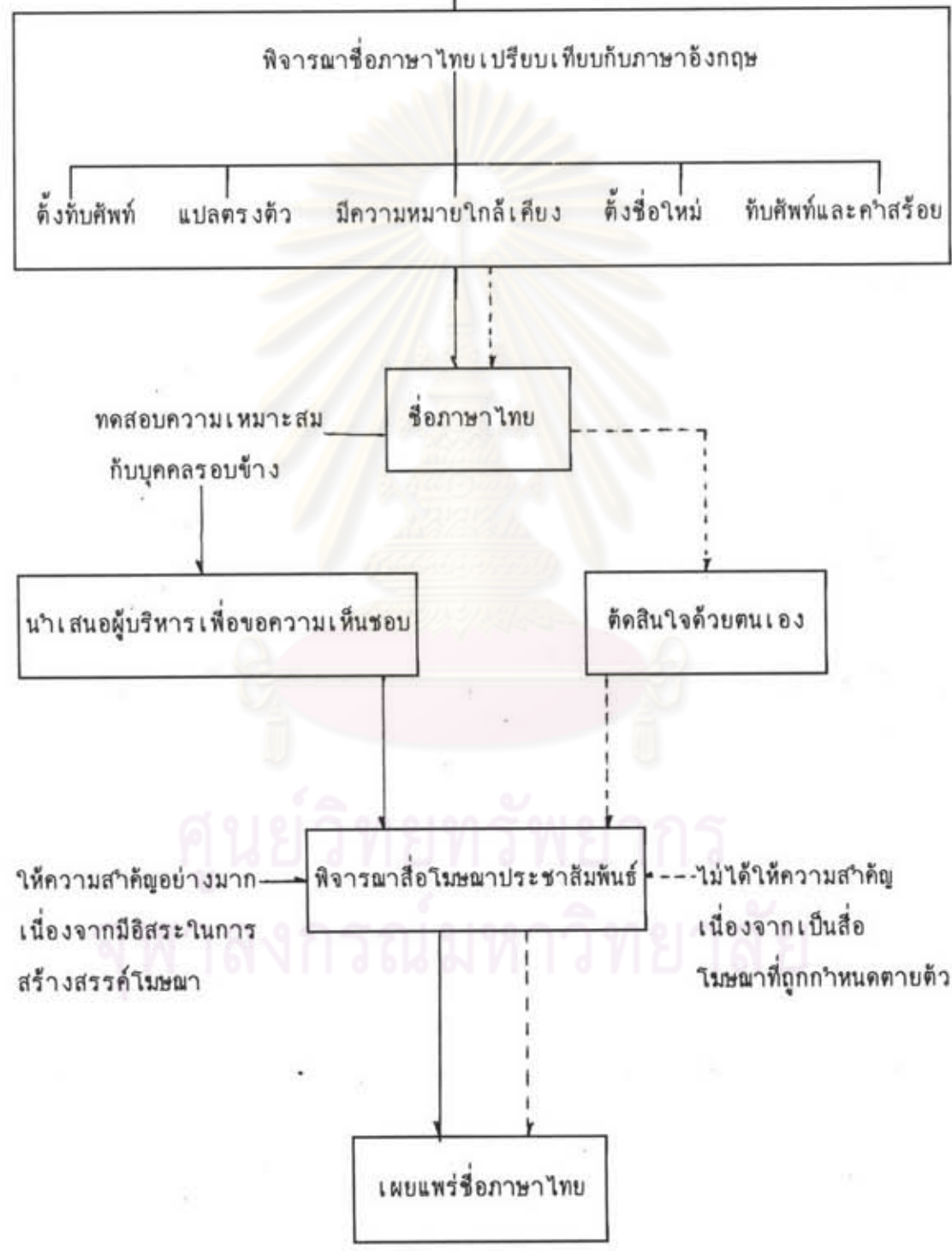
จากการวิเคราะห์ขั้นตอนในการตั้งชื่อ และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
กระบวนการในการตั้งชื่อของ สุชาติ วุฒิวิชัย และ เฮนรี ทราน จะสามารถสรุป
ออกมาเป็นกระบวนการตั้งชื่อภาษาไทยในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกาเป็นแบบจำลอง
ได้ดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบจำลอง 1.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการในการตั้งชื่อของ
สุชาติ วุฒิวิชัย และเฮนรี ทราน





จากแบบจำลอง จะเห็นว่าในกระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทยของสุชาติจะมีปัจจัยบางอย่างเข้ามาเป็นตัวกำหนดเนื่องจาก สุชาติ วุฒิวิชัย คำรองตำแหน่งครีเอทีฟไม่ใช้ประธานบริษัทที่มีสิทธิในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายลักษณะงานของ สุชาติ วุฒิวิชัย จำเป็นจะต้องมีการนำชื่อภาษาไทยที่ตั้งขึ้นแล้วมานำเสนอเพื่อขอความเห็นชอบจากผู้บริหารเช่นในกรณีของบริษัท UIP สุชาติ วุฒิวิชัย จะนำชื่อมาให้ผู้บริหารฝ่ายไทยพิจารณาความเหมาะสมก่อนต่อจากนั้นจึงจะมีการแปลชื่อภาษาไทยกลับไปเป็นความหมายในภาษาอังกฤษเพื่อส่งกลับไปยังบริษัทแม่ในต่างประเทศเพื่อขอคำอนุมัติในขั้นสุดท้าย อีกกรณีหนึ่งได้แก่การตั้งชื่อภาพยนตร์อิสระในเครือเอเพ็กซ์และนันทน์ทีเอ็นเตอร์เทนเมนต์ถึงแม้จะเป็นภาพยนตร์อิสระที่มีการซื้อขายและไม่ต้องขอความเห็นชอบในเรื่องชื่อจากบริษัทแม่แต่ก็ยังคงมีการนำเอาชื่อภาษาไทยที่ตั้งไว้แล้วเข้าที่ประชุมผู้บริหารของบริษัทเพื่อขอความเห็นชอบเช่นเดียวกันแต่ในกรณีนี้อาจมีการแสดงข้อคิดเห็นเพื่อโต้แย้งในที่ประชุมได้เล็กน้อย โดยก่อนการนำชื่อเข้าที่ประชุมจะมีการนำเอาชื่อที่ถูกตั้งขึ้นแล้วมาทดสอบและขอความเห็นจากบุคคลรอบข้างซึ่งมีทั้งบุคคลทั่วไป เพื่อนฝูงคนสนิทนักวิจารณ์ภาพยนตร์ ฯลฯ พิจารณาเพื่อขอความเห็นเนื่องจากผู้ตั้งชื่อต้องการที่จะทดสอบความเป็นไปได้ของชื่อภาพยนตร์ในขั้นต้นด้วยกลุ่มคนสนิทรอบข้างว่าชื่อที่ตั้งมามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ด้วยเหตุผลของผู้ตั้งชื่อที่ว่า จะเป็นการป้องกันความล้มเหลวของชื่อภาษาไทยได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนั้นการกระทำเช่นนี้ ยังจะเป็นการเปิดกว้างทางความคิดให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ขึ้นมาอีกด้วย

ในกรณีดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่ากระบวนการการตั้งชื่อของ สุชาติ วุฒิวิชัยจะมีลักษณะ เป็นกระบวนการที่ยืดหยุ่น(Flexible) เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆ มากมายที่เป็นตัวกำหนดและเป็นกรอบในการตั้งชื่อและสามารถทำให้ผู้ตั้งชื่อสร้างสรรค์แนวคิดในการตั้งชื่อได้แปลกใหม่และทันสมัยตลอดเวลาทั้งนี้ก็เพราะผู้ตั้งชื่อไม่ได้ยึดติดกับกรรมวิธีที่มีลักษณะตายตัว แต่กลับสามารถเก็บประสบการณ์ที่ได้จากคนรอบข้างมาปรับแต่งให้เกิดชื่อภาษาไทยมีสมบูรณ์แบบซึ่งจะทำให้การตั้งชื่อแนวนี้ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่แล้วจะ เกิดชื่อภาษาไทยที่มีลักษณะสร้างสรรค์อยู่ตลอด ซึ่งก็ตรงตามความตั้งใจของผู้ตั้งชื่อที่ต้องการจะ "ก้าวให้เร็วกว่าคนอื่นอย่างน้อย 5 ก้าว" นั่นเอง (สุชาติ วุฒิวิชัย. ครีเอทีฟเครือเอเพ็กซ์. สัมภาษณ์, 27 มีนาคม

2538.) และหากพิจารณากระบวนการการตั้งชื่อของ เฮนรี ทราน จะพบว่า มีอิสระอย่างเต็มที่ในการที่จะตั้งชื่อเนื่องจากเขาเป็นผู้จัดการทั่วไปของบริษัทซึ่งถือว่าเป็นตำแหน่งสูงสุดในบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และจากการสัมภาษณ์พบว่าในปัจจุบันแทบจะไม่ต้องมีการส่งคำแปลชื่อภาษาไทยไปให้บริษัทแม้ให้ความเห็นชอบอีกต่อไปซึ่งทำให้กระบวนการตั้งชื่อภาษาไทยของเฮนรี ทราน เป็นกระบวนการที่มีอิสระมาก ผู้ที่จะทำหน้าที่ตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการให้ความเห็นชอบว่าชื่อใดดีชื่อใดไม่ดีก็คือผู้ตั้งชื่อเอง นอกจากนี้ในกระบวนการการตั้งชื่อของ เฮนรี ทราน ยังมีลักษณะที่แตกต่างจากสุชาติ วุฒิวิชัย อย่างเด่นชัดก็คือ เฮนรี ทราน มิได้นำเอาชื่อที่ตั้งไว้แล้วมาทดสอบความนิยมกับคนรอบข้าง เหมือนกับที่ สุชาติ วุฒิวิชัยทำที่เป็นเช่นนี้ก็อาจเป็นเพราะเหตุผลที่ว่า เฮนรี ทราน เป็นผู้จัดการทั่วไปของบริษัทอาจจะไม่มีเวลาที่จะนำชื่อมาทดสอบกับคนรอบข้างและนอกจากนั้นชื่อภาษาไทยของเขายังมีปัจจัยทางด้านสื่อโฆษณาจากต่างประเทศที่มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์ให้เกิดความนิยมล่วงหน้าเป็นการลดความเสี่ยงในการประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในตัวแทนยนต์ได้เป็นอย่างดีซึ่งในกรณีนี้จะทำให้การตั้งชื่อให้มีลักษณะที่ไม่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดในหมู่ผู้ชมว่าเป็นภาพยนตร์คนละเรื่องก็เพียงพอแล้วซึ่งจะแตกต่างจากชื่อภาษาไทยของ สุชาติ วุฒิวิชัย ที่จะต้องดึงดูดผู้ชมให้สนใจภาพยนตร์เพราะ เป็นภาพยนตร์อิสระที่มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างประเทศค่อนข้างน้อยกว่าของเฮนรี ทราน

จากกรณีนี้สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการการตั้งชื่อของ เฮนรี ทราน มีลักษณะเป็นกระบวนการแบบเบ็ดเสร็จ (Monopoly) ที่มีวิธีการตั้งชื่อที่ตายตัวและเป็นไปตามความเห็นชอบของผู้ตั้งชื่อแต่เพียงผู้เดียวซึ่งผลของกระบวนการแบบเบ็ดเสร็จนี้ทำให้ชื่อภาษาไทยของ เฮนรี ทราน มีลักษณะที่คล้ายกันมากในแต่ละชื่อนอกจากนั้นชื่อยังขาดความแปลกใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากการตั้งชื่อที่สามารถเป็นผู้อนุมัติด้วยตัวเองและไม่มีบุคคลรอบข้างมาเป็นตัววัดว่าชื่อใดเหมาะสมมากนักเพียงใดทำให้ชื่อของ เฮนรี ทราน ไม่มีความยืดหยุ่นและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์รอบตัวเหมือนกรณี สุชาติ วุฒิวิชัย แต่ข้อดีในการตั้งชื่อที่มีลักษณะเบ็ดเสร็จกลับอยู่ตรงที่ผู้ตั้งชื่อมีอิสระเต็มที่ที่จะตั้งชื่อและอนุมัติชื่อที่ตัวเองตั้งขึ้นมา

หากพิจารณาลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อของ สุชาติ วุฒิวิชัย และ เฮนรี ทราน จะสรุปได้ว่ามุมมองของเฮนรี ทรานในการตั้งชื่อภาพยนตร์จะใช้ มุมมองแบบนักธุรกิจหรือ "พ่อค้าหนัง" ซึ่งจะพยายามตั้งชื่อแบบตรงตัวมีการสื่อความหมายที่ตรงไปตรงมา มีใจความสื่อถึงประเด็นหลักในเรื่องโดยใช้ภาษาที่สละสลวย แต่ไม่หวือหวามากนักเมื่อเทียบกับของสุชาติ วุฒิวิชัย ทั้งนี้เนื่องจากภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ของ เฮนรี ทราน เป็นภาพยนตร์ของสตูดิโอยักษ์ใหญ่ในฮอลลีวูดที่มีการทำประชาสัมพันธ์ส่งผ่านมาทางสื่อต่างประเทศล่วงหน้า ทำให้ผู้ชมชาวไทยได้รับรู้ถึงข่าวคราวอย่างต่อเนื่อง การตั้งชื่อภาษาไทยจึงจะต้องตั้งให้มีลักษณะที่ตรงไปตรงมากับผู้ชมดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า เฮนรีทรานมีมุมมองในการใช้ภาษาโดยวิธีการตั้งชื่อเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งจะพิจารณาได้จากจุดเด่นที่พบมากในชื่อภาษาไทยของเขาและอาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบในการตั้งชื่อที่มีลักษณะพิเศษของเฮนรี ทราน ดังจะอภิปรายต่อไป

รูปแบบในการใช้ประโยคข้อความต่อท้ายชื่อทับศัพท์ของเฮนรี ทราน

จากข้อมูลชื่อภาษาไทยที่รวบรวมได้จะพบว่าเกือบทั้งหมดของชื่อรูปแบบนี้ตั้งโดย เฮนรี ทราน แห่งเครือเมเจอร์ ซึ่งได้เปิดเผยว่าการตั้งชื่อลักษณะนี้มีประโยชน์ 2 ประการ ประการแรก คือผู้บริโภครู้จักจำชื่อเดิมที่เป็นภาษาอังกฤษได้ ซึ่งได้กล่าวไปแล้วในตอนต้น ส่วนอีกประการหนึ่งก็คือการมีอิสระของตัวผู้ตั้งชื่อที่จะเลือกเอาประเด็นสำคัญในภาพยนตร์ที่ต้องการนำเสนอในช่วงนั้นมาตั้งเป็นวลีขยายความต่อท้ายเพื่อสร้างความเข้าใจในการดูภาพยนตร์มากขึ้น อย่างไรก็ตามการตั้งชื่อวิธีนี้จะต้องคำนึงถึงบริบททางสังคมและระดับทางการทำความเข้าใจภาษาของกลุ่มเป้าหมาย เช่นในกรณีภาพยนตร์เรื่อง ซอมเมอร์สบี๊เพียงหัวใจเป็นเธอ (Sommersby) ผู้ตั้งชื่อให้เหตุผลว่า ซอมเมอร์สบี๊ เป็นนามสกุลของตัวเองในเรื่องที่เป็นปมหลักของเรื่องนี้แต่ประโยคขยายความที่ว่า"ขอเพียงหัวใจเป็นเธอ" นั้น เป็นการตอกย้ำถึงความโรแมนติกในภาพยนตร์เรื่องนี้ให้เด่นชัดขึ้น ซึ่งก็เป็นประโยคที่มีความหมายในเชิงสนับสนุนเนื้อเรื่องหลักเช่นกัน อีกตัวอย่างหนึ่งคือเรื่อง อิน เคอะ ไลน์ ออฟ ไฟร์ แพนสังหารนรกที่ละชั้น (In The Line of Fire) ตั้งชื่อได้แสดงความเห็นว่าคำว่า"อิน เคอะ

ไลน์ ออฟ ไลฟ์" เป็นคำที่ดีความยากเพราะไม่ใช่ภาษาไทยและมีคำที่เป็นชื่อเฉพาะซึ่งก็อาจจะทำให้ผู้ชมไขว้เขวในเนื้อหาของภาพยนตร์ประเภทนี้ที่มีการตามล่าและการต่อสู้อย่างดุเดือด

อาจกล่าวได้ว่าผู้ริเริ่มการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวก็คือ เฮนรี ทราน โดยในช่วงปลายปีพ.ศ. 2535 ถึงพ.ศ. 2537 จะมีการใช้ชื่อลักษณะนี้มากทั้ง เครือเมเจอร์ และ เครืออื่นๆ ด้วยซึ่งก็แสดงถึงความสำเร็จในการตั้งชื่อวิธีนี้ได้เป็นอย่างดี

ส่วนในกรณีของ สุชาติ วุฒิวิชัย เขาได้ยึดหลักการโฆษณาในการที่จะทำให้ภาพยนตร์เกิดความโดดเด่นสะดุดตา และดึงดูดความสนใจของผู้ชม รวมทั้งทำให้เกิดคำถามและการถกเถียงในหมู่ผู้ชมซึ่งจะก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะเข้าชมภาพยนตร์นั่นเอง มุมมองในการใช้ภาษาของเขาจะมีลักษณะหรือทิวา ซึ่งบางครั้งเกิดจากการคิดค้นจุดขายขึ้นใหม่ที่มีลักษณะพิเศษและแตกต่างไปจากจุดขายที่บริษัทแม่ตั้งมา ซึ่งเมื่อผนวกกันเข้ากับกลยุทธ์ทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้วทำให้ชื่อภาษาไทยของเขาสร้างความสนใจในหมู่ผู้ชมได้เป็นอย่างดีดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สุชาติ วุฒิวิชัย มีมุมมองในการใช้ภาษา โดยใช้วิธีการตั้งชื่อเชิงสร้างสรรค์ (Creative Approach) ซึ่งหากพิจารณาวิธีการตั้งชื่อในรูปแบบนี้จะพบว่ามีความโดดเด่นอย่างมาก ซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นรูปแบบในการตั้งชื่อที่มีลักษณะพิเศษของ สุชาติ วุฒิวิชัย ได้ดังนี้

รูปแบบการคิดแบบย้อนกลับของสุชาติ วุฒิวิชัย

ชื่อภาพยนตร์ที่ถูกต้องโดย สุชาติ วุฒิวิชัย มักจะมีลักษณะตรงข้ามกับชื่อภาษาอังกฤษเสมอไม่ว่าจะเป็นการใช้คำปฏิเสธทั้งชื่อเดิม และเนื้อเรื่องทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกขัดแย้งระหว่างชื่อภาษาไทยกับเนื้อเรื่อง ซึ่งในประเด็นนี้ เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่จะเรียกร้องความสนใจต่อผู้ชมภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี

ตัวอย่างของการตั้งชื่อของสุชาติ วุฒิวิชัย แห่งเครือเอเพ็กซ์ตามแนวคิดนี้ก็คือ บีโธเฟิน ชื่อหมาแต่ไม่ใช่หมา (Beethoven) เป็นการหักมุมโดย



ใช้รูปแบบประโยคปฏิเสธ ทำให้รู้สึกว่ามีตัวนี้เป็นหมาไม่ธรรมดาจาก การวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดเรื่องการสื่อความหมายพบว่ามีการเล่นคำโดยใช้ความหมายนัยตรงและนัยแฝงที่ชัดเจน คำว่า "หมา" คำแรกมีความนัยตรงแสดงถึงหมาที่เป็นสัตว์ แต่คำว่า "หมา" คำที่สองนั้น เป็นการสื่อความหมายโดยนัยแฝงให้เห็นว่า ถึงปีโธเฟ่น จะเป็นหมา แต่ไม่ใช่มีนิสัยเหมือนหมาทั่วไป อีกเรื่องหนึ่งก็คือ วีร่าห์ไม่โกหก (Mon Pere, Ce Heros) ซึ่งจริงๆ แล้วตัววีร่าห์ซึ่งเป็นนางเอกในเรื่องนี้พูดตลอดเรื่องซึ่งผู้ตั้งชื่อ ต้องการตั้งชื่อให้คนดูมีความรู้สึกขัดแย้งก่อนชมภาพยนตร์ และพยายามหาคำตอบในภาพยนตร์จริงๆ แล้วนางเอกโกหกจริงหรือเปล่าซึ่งคำตอบก็อยู่ในตอนท้ายของภาพยนตร์ว่าหากนางเอกคิดจะโกหกเพื่อความรักทุกคนก็คงจะให้อภัยซึ่งในกรณีนี้ สุชาติ วุฒิวิชัย ถือว่าเป็นการเล่นกับแคมเปญของภาพยนตร์เพื่อสร้างจุดสนใจ อีกเรื่องหนึ่งก็คือเรื่อง Dead Again ชื่อภาษาไทยว่า เมินเสีย เถอะความตายผู้ตั้งชื่อตั้งใจจะตั้งชื่อให้มีลักษณะปฏิเสธ โดยเป็นการสื่อแทนตัวเองของภาพยนตร์ว่า ตนจะไม่ยอมตายอีกครั้งหนึ่งอีกแล้ว ซึ่งเป็นการแย้งกับสถานการณ์ในเรื่อง

จะเห็นได้ว่า สุชาติ วุฒิวิชัย มีมุมมองในการตั้งชื่อแบบตรงกันข้ามกับเนื้อหาหรือชื่อเดิมๆตลอดทั้งนี้ เพราะเหตุผลที่ว่าต้องการให้เกิดความแปลกใหม่ และมีชื่อที่สะดุดหูผู้ชมเพื่อจะสร้างความสนใจและความนิยมในหมู่นักชม และจากข้อสังเกตพบว่าภาพยนตร์การตั้งชื่อของ สุชาติ วุฒิวิชัย จะมีการเล่นคำที่มีความหมายนัยแฝงในระดับที่ลึกกว่าผู้ตั้งชื่อบ้างอื่น โดยจะพยายามใช้คำที่มีการสื่อความหมายในระดับที่ลึกมากกว่ารวมทั้งสร้างรูปประโยคหรือวลีที่สามารถซ่อนความหมายแฝงได้อย่างมากมาย

จากการวิเคราะห์กระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทยสามารถสรุปได้ว่ากระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทยของผู้ตั้งชื่อทั้ง 2 ท่านจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ขั้นตอนการตั้งชื่อแต่สิ่งที่ทำให้ชื่อภาษาไทยมีความแตกต่างกันมากก็เนื่องมาจากปัจจัยต่างๆรอบข้างของผู้ตั้งชื่อ ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างในด้านการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ ความแตกต่างในด้านการใช้ภาษา ฯลฯ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้มีผลทำให้เกิดชื่อภาษาไทยที่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นรูปแบบเฉพาะตัว

ในกรณีของ สุชาติ วุฒิวิชัย จะพบว่าแนวคิดในการตั้งชื่อในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Approach) ซึ่งก่อให้เกิดกระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทย ที่มีลักษณะยืดหยุ่น (Flexible) ทั้งนี้เนื่องมาจากการคำนึงปัจจัยรอบด้าน ทั้งปัจจัยที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาที่ทันสมัยและปัจจัยทางด้านการขอข้อคิดเห็นจากคนรอบข้าง ส่วน เชนรี ทราน จะมีวิธีการตั้งชื่อเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการการตั้งชื่อภาษาไทยที่มีลักษณะเบ็ดเสร็จ (Monopoly) เนื่องจากผู้ตั้งชื่อไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยรอบข้างเท่าใดนัก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างนี้ก็เนื่องมาจากความแตกต่างที่เป็นบริบทแวดล้อมบุคคลทั้ง 2 ท่าน ดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั่นเอง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย