ทศกัณฐ์: การสื่อสารความหมายและสัมพันธบทในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม

Ravana: Communication of Meaning and Intertextuality in Popular Culture

วันที่ได้รับบทความ 5 เมษายน 2565 วันที่แก้ไขเสร็จ 22 พฤษภาคม 2565
วันที่ตอบรับเผยแพร่ 26 พฤษภาคม 2565

ภัทริยา ศรีสุข*
Patriya Srisuk
มาโนช ชุ่มเมืองปัก**
Manoch Chummuangpak
สมสุข หินวิมาน***
Somsuk Hinwiman

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ทศกัณฐ์: การสื่อสารความหมายและสัมพันธบทในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาวิเคราะห์ตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมในช่วง พ.ศ. 2557- 2561 โดยมีตัวบทต้นทาง ได้แก่ ทศกัณฐ์ในรามเกียรติ์ ฉบับพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (ร.1) จิตรกรรมฝาผนังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และนาฏศิลป์โขนของกรมศิลปากรที่มีสัมพันธบทกับทศกัณฐ์ร่วมกับวรรณคดีและตัวบทปลายทาง ได้แก่ นิยายภาพชุดรามเกียรติ์ ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง “๙ ศาสตรา” และโฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

* นักศึกษาปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ อีเมล patriyafon@gmail.com
* Ph.D. candidate in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Email: patriyafon@gmail.com
** อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ อีเมล Manoch.chk@dpu.ac.th
** Thesis advisor, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Email: Manoch.chk@dpu.ac.th
***อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อีเมล: acfb2@hotmail.com
*** Thesis co-advisor, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University Email: acfb2@hotmail.com

ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” โดยใช้แนวคิดสัมพันธบท (Intertextuality) วิเคราะห์บริบททางสังคมและประเภทสื่อ รูปแบบภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา สีกาย เครื่องแต่งกาย อาวุธ และฉากที่มีการปรากฏตัวของตัวละครทศกัณฐ์ รูปแบบภายใน ได้แก่ ลักษณะนิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง บทบาท และเนื้อหาในการสื่อความหมายของตัวละครทศกัณฐ์ ว่ามีการคงเดิม (Convention) การขยายความ (Extension) การตัดทอน (Reduction) และการดัดแปลง (Modification) และศึกษาผู้รับสารโดยใช้แนวคิดการถอดรหัส (Decoding) และการตีความหมาย (Interpretation) ตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้รับสารเฉพาะเจาะจงที่เป็นนักวิชาการและวิชาชีพด้านการผลิตสื่อที่มีความแตกต่างในด้าน อายุ เพศ ระดับการศึกษาซึ่งเป็นต้นทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ สถานภาพทางสังคม (อาชีพ) จุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร

ผลการวิจัยพบว่า ทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชานิยมมีสัมพันธบทกับวัฒนธรรมชั้นสูงทั้งรูปแบบและเนื้อหาในลักษณะคงเดิม (Convention) ตัดทอน (Reduction) และดัดแปลง (Modification) และได้มีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมรูปแบบอะมีบา (Amoeba Pattern) ในหนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ รูปแบบผีเสื้อ (Butterfly Pattern) ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง “๙ ศาสตรา” และรูปแบบปะการัง (Coral Pattern) ในภาพยนตร์โฆษณา ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” เพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมและผลิตซ้ำเพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่นำเสนอความเป็นไทย โดยกลุ่มผู้รับสารมีการอ่านและตีความหมายภายใต้จุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มที่มีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวอนุรักษ์นิยม (Conservatism) มีการถอดรหัสและตีความหมายในจุดเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) ให้รักษาสัมพันธบทคงเดิมในนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ แต่มีการต่อรองความหมาย (Negotiated

Reading) ในการรักษาแก่นสำคัญของตัวละครทศกัณฐ์ในภาพยนตร์แอนิเมชันให้คงไว้ และมีการอ่านและตีความหมายต่อต้าน (Oppositional Reading) กับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา โดยให้รักษาสัมพันธบทคงเดิมที่เป็นแก่นและกระพี้ของความเป็นโขนทศกัณฐ์ในภาพยนตร์โฆษณา เพื่อเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมชั้นสูงให้คงอยู่ ในขณะที่กลุ่มที่มีจุดยืนแนวเสรีนิยม (Liberalism) มีการถอดรหัสและตีความหมายในจุดเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) ในทุกประเภทสื่อที่เป็นกรณีศึกษา โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์การสร้างงาน บริบทสังคมและประเภทสื่อ ตลอดจนผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจเป็นสำคัญ

คำสำคัญ: ทศกัณฐ์, วัฒนธรรมชั้นสูง, วัฒนธรรมประชานิยม

Abstract

This qualitative study aimed to analyze Ravana in the context of popular culture during the period between 2014 and 2018. The primary texts included Ravana featuring in King Rama I's rendition of Thai Ramakien, mural paintings along the galleries of the Temple of the Emerald Buddha, as well as Khon of the Fine Arts Department, indicating intertextuality between Ravana and literature. Meanwhile, the secondary texts were Ramakien series in graphic novels, an animated movie "9 Satra: The Legend of Muay Thai," and a television commercial "Thailand is awesome" used for promoting tourism of Thailand. Intertextuality was conducted to analyze social contexts and types of media. External patterns were physical appearance, skin colours, clothes, weapons, and scenes with the appearance

of Ravana. Internal patterns were, on the other hand, character, abilities, backgrounds, roles, and messages conveying meaning of Ravana, including convention, extension, reduction, and modification. Decoding was utilized to understand recipients of messages, and interpretation was employed to know Ravana in popular culture's media. In-depth interviews were carried out with certain message recipients including academics, media production professionals with varied ages, genders, educational levels necessary for a basic understanding of Ravana, social class (occupations), political standpoints, and cultures.

The study revealed that Ravana in popular culture and high culture shared intertextuality in terms of patterns and messages in the form of convention, reduction, and modification. The study could also identify cultural hybridization in the form of amoeba pattern in the graphic novels "Ramakien," butterfly pattern in the animated movie "9 Satra: The Legend of Muay Thai," and coral pattern in the television commercial "Thailand is awesome" for cultural inheritance and reproduction of cultural products representing Thainess. As for recipients of messages, they were found to be able to read and interpret meanings based on their varied political standpoints and cultures. Specifically, those adopting political standpoints and supporting conservatism tended to decode and interpret the same point encoded by senders through preferred reading in order to maintain original intertextuality in the graphic novels. Moreover,

negotiated reading was employed to preserve the main character of Ramakien in the animated film. Oppositional reading was also used with encoders. This was to maintain intertextuality of the originality which was the core of Ravana Khon in the television commercial to preserve high culture inheritance. As for those who hold liberalism, they appeared to decode and interpret the same point encoded by senders through preferred reading in all media types, taking into account purposes, social contexts, types of media, and media recipients targeted by business.

Keywords: Ravana, High Culture, Popular Culture

บทนำ

เมื่อกล่าวถึงชนชาติที่มีรากทางวัฒนธรรม เอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์อันยาวนาน ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในด้านทุนทางวัฒนธรรม สามารถสร้างผลผลิตทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี และยังสามารถสืบทอดเอกลักษณ์ความเป็นไทยจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน กระบวนการผลิตวัฒนธรรมและการผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดทางวัฒนธรรมถือเป็น การคัดเลือกเพียงบางส่วนของวัฒนธรรมให้ยังคงอยู่ Williams (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้กล่าวว่า “การนำวัฒนธรรมเก่ามาผลิตซ้ำใหม่ (Reproduction) โดยยังคงรักษาของเดิมไว้บางส่วน แต่ต้องมีการเพิ่มดัดแปลงและใส่ของใหม่เสริมเข้าไป” จากคำกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การผลิตซ้ำมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำแนวคิดสัมพันธบท (Intertextuality) มาใช้เป็นเครื่องมือในการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้ว่า การดำรงอยู่ของวรรณคดี

หรือวรรณกรรมชิ้นเอกของไทยเช่นวรรณคดีรามเกียรติ์ ซึ่งถือเป็นวรรณกรรมชั้นสูงของไทย หรือแม้แต่นิทานพื้นบ้าน อาทิ สังข์ทอง พระอภัยมณี หรือขุนช้างขุนแผน เมื่อมีการก้าวข้ามจากสื่อประเพณีมายังสื่อใหม่ในวัฒนธรรมประชานิยม ต่างมีความจำเป็นต้องใช้สัมพันธบทเข้าไปอยู่ในกระบวนการสร้างสรรค์งานเพื่อการผลิตซ้ำทั้งสิ้น

นอกจากนั้น ยังมีคำกล่าวของ Bakhtin (อ้างถึงใน พิเชษ แสงทอง, 2555) นักทฤษฎีสัญศาสตร์แนวรูปแบบนิยมรัสเซียได้กล่าวว่า “สิ่งต่าง ๆ ทั้งหลายที่เรากำลังพูดในวันนี้ ก็คือสิ่งที่เราได้พูดมาแล้วเมื่อวานนี้ และเป็นสิ่งที่เราจะพูดในวันพรุ่งนี้” จากคำกล่าวข้างต้น ได้สะท้อนให้เห็นพลังของตัวบทวรรณกรรมไทยที่ยังคงสามารถเดินทางผ่านกาลเวลาโดยมีสัมพันธบทเป็นเครื่องมือที่ผู้สร้างสรรค์งานจะต้องพิจารณาหัวใจสำคัญของการใช้สัมพันธบทสองประการ คือ การคงไว้ซึ่งขนบเดิม (Convention) และเพิ่มส่วนเสี้ยวของความแปลกใหม่ที่มีความเป็นตัวเองของศิลปินผู้สร้างที่เรียกว่า การสร้างสรรค์ใหม่ (Invention) อยู่ในกระบวนการสร้างสรรค์งาน อย่างไรก็ตาม การสร้างสรรค์โดยใช้สัมพันธบทในวัฒนธรรมประชานิยม มีความจำเป็นที่จะต้องเผชิญกับความท้าทายกับรูปแบบของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม สื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารในยุคสมัยที่มีความเจริญของการใช้เทคโนโลยี บริบทสังคมที่เปลี่ยนไป วิธีการนำเสนอรูปแบบ และเนื้อหาของวรรณคดีในวัฒนธรรมประชานิยมยุคดิจิทัล ต้องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงถือเป็นความท้าทายกระบวนการผลิตของผู้ที่นำเอาวัฒนธรรมมาผลิตเป็นสินค้า โดยเฉพาะการนำตัวละครในวรรณคดีไทยมาใช้สื่อสารความหมายและสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่สร้างความแปลกใหม่และยังคงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในขณะเดียวกัน

เมื่อกล่าวถึงวรรณคดีรามเกียรติ์ เป็นวรรณคดีชั้นสูงที่ประเทศไทยได้รับอิทธิพลมาจากมหากาพย์รามายณะ ประเทศอินเดีย จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า

ด้วยเหตุที่รามเกียรติ์มีสัมพันธบทกับศิลปะชั้นสูงในลักษณะ “ส่องทางแก่กัน” โดยศิลปะชั้นสูงที่ได้นำเอาวรรณคดีรามเกียรติ์มาเป็นสัมพันธบทในการเล่าเรื่องในรูปแบบของการสื่อสารด้วยภาพ ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังรอบพระระเบียงวัดพระศรีรัตนศาสดารามด้านนาฏศิลป์ได้นำเรื่องราวจากวรรณคดีรามเกียรติ์ไปจัดแสดงเป็นบทละครโขน โดยการออกแบบ เครื่องแต่งกายของตัวละครโขนได้สัมพันธบทมาจากภาพจิตรกรรมฝาผนังด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุที่วรรณคดีรามเกียรติ์ ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ ก่อให้เกิดการแตกแขนงศิลปะในด้านต่าง ๆ มากมาย หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างนำเอาตัวบทวรรณคดีอนุภาค และตัวละครของรามเกียรติ์มาใช้ในการสืบทอดวัฒนธรรมในรูปแบบของสื่อดั้งเดิม สื่อร่วมสมัย และสื่อดิจิทัล โดยใช้แนวคิดสัมพันธบทและการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวรรณคดีรามเกียรติ์ทั้งสิ้น แต่มีความแตกต่างในการสร้างสรรค์ตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตและประเภทสื่อ วรรณคดีรามเกียรติ์ไม่เพียงแต่เป็นที่แพร่หลายในหมู่ชนชั้นสูง แต่ยังเป็นที่รู้จักในชนชั้นกลางที่ได้รับการศึกษา เนื่องจากรามเกียรติ์เป็นวรรณคดีไทยที่ถูกบรรจุไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนวิชาภาษาไทยทั้งในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ตัวละครเอกต่าง ๆ ที่ปรากฏในวรรณคดีรามเกียรติ์ อาทิ พระราม นางสีดา หนุมาน และทศกัณฐ์ ต่างเป็นตัวละครที่ถูกนำมาใช้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในสมัยวัฒนธรรม ประชานิยมการเคลื่อนย้ายของรามเกียรติ์จากสื่อในวัฒนธรรมชั้นสูงสู่สื่อต่าง ๆ ในวัฒนธรรมประชานิยม ส่งผลให้ตัวละครดังกล่าวถูกสร้างความหมายใหม่ แต่เมื่อพิจารณาถึงพัฒนาการของตัวละครดังกล่าวข้างต้นพบว่า การสื่อสารความหมายในด้านบุคลิกลักษณะของตัวละคร เช่น พระราม นางสีดา และหนุมาน ยังคงมีความหมายเดิมตามตัวบทต้นทาง แต่ตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมมีความน่าสนใจ เพราะมีการสร้างความหมายอย่างเป็นพลวัต จากการเป็นตัวละครร้ายและสัญลักษณ์แห่งอธรรมไปสู่

การเป็นตัวแทนของชายที่มีรักแท้แต่ผิดหวังในความรัก ดังปรากฏในเพลงไทยสากลร่วมสมัย และเป็นตัวละครตลกสร้างความบันเทิงให้กับเด็กในภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน และยังเป็นสัญลักษณ์แห่งความแข็งแกร่งและการต่อสู้ในเกมออนไลน์ ตลอดจนการเป็นตัวแทนทูตทางวัฒนธรรมให้กับการท่องเที่ยวไทยในภาพยนตร์โฆษณา เป็นต้น

ด้วยบุคลิกลักษณะของทศกัณฐ์ที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ ในวัฒนธรรมประชานิยม ดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่า “ทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูงยังคงสามารถส่องทางให้แก่งานศิลปะสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมได้หรือไม่ และอย่างไร” โดยมุ่งศึกษาว่า ทศกัณฐ์มีการสื่อสารความหมายและมีสัมพันธบทจากตัวบทต้นทางในระดับใด เมื่อมีการนำ ตัวละครทศกัณฐ์ไปใช้ในสื่อต่าง ๆ ที่เป็นกรณีศึกษาในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม ยังคงสามารถรักษาการสื่อสารความหมายเดิมจากวัฒนธรรมชั้นสูง (Convention) หรือนำไปสู่การสร้างสรรค์ใหม่ที่มีของความคิดริเริ่มแตกต่างไปจากเดิม (Invention) อย่างไร และผู้วิจัยยังถอดรหัสความหมาย “ทศกัณฐ์” จากกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนักวิชาการด้านภาษาและวัฒนธรรม และนักวิชาชีพในการผลิตสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมว่า “การสร้างสรรค์ตัวละครจากบริบทวัฒนธรรมชั้นสูงมาสู่วัฒนธรรมประชานิยม ทศกัณฐ์ที่มีการผลิตซ้ำในวัฒนธรรมประชานิยมสามารถปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาไปได้มากที่สุดในระดับใด จึงจะเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้รับสารที่มีต้นทุนความรู้เกี่ยวกับทศกัณฐ์ในวรรณคดีรามเกียรติ์” โดยศึกษาความคิดเห็นและทัศนคติของกลุ่มผู้รับสารที่มีโครงสร้างทางสังคมแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษาซึ่งเป็นต้นทุนความรู้เกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ในวรรณคดีรามเกียรติ์ สถานภาพทางสังคม (อาชีพ) ตลอดจนจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาและการผลิต

ซ้ำตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อเชิงพาณิชย์ศิลป์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมได้เป็นอย่างดี

คำถามนำวิจัย

1. การสื่อสารความหมายและสัมพันธบทตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมเป็นอย่างไร เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

2. ผู้รับสารที่มีทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์มีการถอดรหัสและตีความหมายตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมอย่างไร เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

วัตถุประสงค์

1.เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารความหมายและสัมพันธบทตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม

2.เพื่อศึกษาการถอดรหัสและตีความหมายตัวละครทศกัณฐ์ของกลุ่มผู้รับสารที่มีทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและเวลา คือ สื่อที่มีความโดดเด่นในการนำตัวละครทศกัณฐ์ในวรรณคดีรามเกียรติ์มาใช้ในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่ พ.ศ. 2557-2561 โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มของการสร้างสรรค์งานเป็น 2 ตัวบท ตัวบทต้นทาง ได้แก่ วรรณคดีรามเกียรติ์ บทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1 และศึกษาร่วมกับภาพจิตรกรรมฝาผนังรามเกียรติ์รอบระเบียงวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และการแสดงนาฏศิลป์โขน (ตามรูปแบบกรมศิลปากร) และตัวบทปลายทาง ได้แก่ ตัวบทที่ 1 คือ หนังสือภาพชุดรามเกียรติ์ จำนวน 3 ภาค ได้แก่ ภาคแรก คือ “รามเกียรติ์ ปฐมบท” ภาคที่สอง คือ “รามเกียรติ์สู่มหาสงคราม” และภาค

สุดท้าย คือ “รามเกียรติ์ อวสานทศกัณฐ์” โดยมีผู้เขียน คือ รัตนา คชนาท ตัวบทที่ 2 คือ ภาพยนตร์แอนิเมชันแนวแอ็กชัน เรื่อง “๙ ศาสตรา” และตัวบทที่ 3 คือ ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในมิวสิกวิดีโอชุด “เที่ยวไทยมีเฮ”

2. ขอบเขตด้านเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตัวละคร คือ การวิเคราะห์ตัวละครทศกัณฐ์ทั้งตัวบทต้นทางในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูง และตัวบทปลายทางในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม ในด้านรูปแบบและเนื้อหาโดยใช้แนวคิดสัมพันธบท ได้แก่ การคงเดิม (Convention) การสร้างขึ้นใหม่ (Invention) การขยายความ (Extension) การตัดทอน (Reduction) และการดัดแปลง (Modification) ร่วมกับการวิเคราะห์ตัวละคร (Characterization) ในด้านรูปแบบภายนอก คือ รูปร่างหน้าตา เครื่องแต่งกายและอาวุธ ฉาก (ที่มีการปรากฏตัวของทศกัณฐ์) รูปแบบภายใน คือ ลักษณะนิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง บทบาท และเนื้อหาของเรื่องในด้านการสื่อสารความหมายจากบทบาทของตัวละครทศกัณฐ์ตามบริบทสังคมและประเภทสื่อที่แตกต่างกัน

3. ขอบเขตการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้รับสาร พิจารณาตามแนวคิดการถอดรหัส (Decoding) ของ สจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Halls) และแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ เดวิด มอร์เลย์ (David Morley) โดยพิจารณาโครงสร้างทางสังคมของกลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษาซึ่งเป็นต้นทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ สถานภาพทางสังคม (อาชีพ) จุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสารในการตีความหมาย (Interpretation) ตัวละครทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชานิยมซึ่งเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ โดยแบ่งกลุ่มผู้รับสารออกเป็นกลุ่มนักวิชาการและครูอาจารย์ที่มีทุนความรู้เกี่ยวกับทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูงเป็นอย่างดี ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านวรรณคดีไทย ด้านทัศนศิลป์ และด้านนาฏศิลป์โขน โดยตั้งสมมติฐานว่า กลุ่มดังกล่าวมีแนว

โน้มที่จะมีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวอนุรักษ์นิยม (Conservatism) และกลุ่มผู้รับสารที่เป็นนักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อในวัฒนธรรมประชานิยม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (นิยายภาพ) สื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน และสื่อภาพยนตร์โฆษณา เป็นต้น โดยตั้งสมมติฐานว่า กลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะมีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวเสรีนิยม (Liberalism)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านวิชาการ เพื่อทำให้มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการศึกษาที่เป็นสหวิทยาการทั้งใน ด้านนิเทศศาสตร์และอักษรศาสตร์ เกิดความเข้าใจองค์ประกอบของการวิเคราะห์สัมพันธบทตัวละครทศกัณฐ์ในตัวบทวรรณคดีประเภทต่าง ๆ ทั้งในสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ อีกทั้งมีความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารความหมายจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคในสื่อดิจิทัลประเภทต่าง ๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมประชานิยม ถือเป็นแนวทางในบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์และอักษรศาสตร์เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ทางด้านสื่อและวรรณคดีศึกษา

2. ด้านวิชาชีพ เพื่อเป็นองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบอาชีพในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการผลิตสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมที่มีการนำต้นทุนจากวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลตัวบทต้นทางที่มาจากวัฒนธรรมชั้นสูง เพื่อจะได้ผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ตามหลักวิชาการและการจัดการเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถวางแผนงานในการผลิตสื่อได้อย่างเหมาะสม สามารถนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาปรับใช้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ได้ต่อไป

แนวคิดทฤษฎี

1. แนวคิดเรื่องสัมพันธบท (Intertextuality) ของ Kristeva (อ้างถึงใน อุมาพร มะโรณีย์, 2551) นักวิชาการชาวบัลแกเรียเป็นผู้ริเริ่มใช้คำว่า “Intertextuality” ในแวดวงวิชาการของประเทศฝรั่งเศส โดย Berger (อ้างถึงใน อุมาพร มะโรณีย์, 2551) ได้ให้นิยามของสัมพันธบทว่า เป็นการใช้หรือสร้างตัวบทใหม่โดยอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวจากตัวบทที่มีอยู่แล้ว กระบวนการสร้างสัมพันธบทต้องมี “ตัวบทต้นทาง” และ “ตัวบทปลายทาง” สิ่งที่สังเกตเห็นได้จากตัวบทปลายทาง (Secondary Text) มักมีร่องรอยจากเนื้อหาเดิม (Primary Text) โดยเฉพาะการนำเนื้อหาจากสื่อหนึ่งไปสู่อีกสื่อหนึ่งจะต้องมี การดัดแปลงให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อ อาจกล่าวได้ว่า ผู้ประพันธ์และศิลปินในแขนงต่าง ๆ ได้สร้างสรรค์งานขึ้นมาในสื่อใหม่โดยมีเนื้อหาที่ผู้รับสารคุ้นเคยในลักษณะ “เหล้าเก่าในขวดใหม่” หรือ “เหล้าใหม่ในขวดเก่า” เกิดจาก “Repetition” (Convention) ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องการรักษารูปแบบดั้งเดิมไว้ พร้อมกันนั้นทั้งสองฝ่ายต่างต้องการ “Variation” (Invention) การสร้างสรรค์ของตัวบทปลายทางใหม่ในเวลาเดียวกัน (อ้างถึงใน อุมาพรมะโรณีย์, 2551) ในขณะที่นพพร ประชากุล (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2553) นักวิชาการยุคหลังสมัยใหม่ ได้ใช้คำว่า “สัมพันธบท” และเรียกตัวบทแรกว่า “ตัวบท ต้นทาง” และตัวบทที่ถูกสร้างต่อยอดมาจากตัวบทแรกว่า “ตัวบทปลายทาง” มีการเปลี่ยนแปลงได้หลายรูปแบบ ได้แก่ การขยายความ (Extension) การตัดทอน (Reduction) และการดัดแปลง (Modification) ซึ่งแนวคิดดังกล่าว เป็นที่แพร่หลายในหมู่นักวิชาการรุ่นใหม่ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยวรรณคดีรามเกียรติ์และตัวละครในเรื่องมักมีการถ่ายโอนเนื้อหาที่แตกต่างไปจากตัวบทต้นทาง เมื่อมีการเล่าเรื่องรามเกียรติ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม โดยแนวคิดสัมพันธบทเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจในการนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของวรรณคดีใน

อดีตที่สามารถส่งอิทธิพลต่อสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมด้วยเวลา และบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถนำมาผลิตซ้ำตามวัตถุประสงค์การสร้างงานและผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร

2. แนวคิดการวิเคราะห์ตัวละครในด้านรูปแบบและเนื้อหา พบว่า มีนักวิชาการได้กล่าวถึงแนวทางในการวิเคราะห์ตัวละคร เช่น กุหลาบ มัลลิกะมาส (2521) ได้ให้ความหมายของ “ตัวละคร” คือ ผู้ที่มีหน้าที่บทบาทในเนื้อเรื่อง ตัวละครในเรื่องจะต้องมีลักษณะเหมือนมนุษย์ มีลักษณะนิสัยที่หลากหลายและสมจริง แต่ไม่ใช่บุคคลที่มีอยู่จริง นอกจากนั้น กลุ่มเป้าหมายที่เสพสื่อเป็นอีกปัจจัยหนึ่งของการสร้างสรรค์ตัวละครด้วยเช่นกัน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจและทัศนคติที่มีต่อตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม ได้แก่ วัย เพศ สังคม วัฒนธรรม ย่อมส่งผลต่อการออกแบบบุคลิกลักษณะตัวละคร เช่น รูปร่าง สีผม สีผิว และชื่อของตัวละคร (ชัยพร ม่วงปรางค์, 2559) และองค์ประกอบของการเล่าเรื่องที่สำคัญอีกประการ คือ “ฉาก” ที่มีการนำเสนอตัวละครทศกัณฐ์ในตัวบทต้นทาง และยังคงได้รับการสืบทอดทางวัฒนธรรมให้ปรากฏอยู่ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมตามประเพณีการเลือกสรร (Selective Tradition) โดยฉากเหตุการณ์สำคัญของ ตัวละครทศกัณฐ์ ได้แก่ ฉากที่นำเสนอแนวคิด “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” ฉากแสดงฤทธานุภาพของทศกัณฐ์ ฉากนำเสนอแนวคิด “ความลุ่มหลงและประพฤติผิดในกาม” และฉากนำเสนอแนวคิด “ทศกัณฐ์กลายเป็นตัวตลก” และในส่วนของเนื้อหาเป็นการศึกษาจุดมุ่งหมายซึ่งผู้เขียนต้องการสื่อไปยังผู้อ่านหรือผู้ชม เนื้อหาของเรื่องเล่าที่แตกต่างกันย่อมมีการสื่อสารความหมายที่เป็นแก่นของเรื่องแตกต่างกัน โดยอาจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้สร้างงาน และประเภทของสื่อที่อยู่ในบริบทสังคมวัฒนธรรมประชานิยม

3. แนวคิดอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมตามทัศนะของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตและสำนักเบอร์มิงแฮมได้ให้ความ

หมายไว้ว่า คือ กระบวนการผลิตวัฒนธรรมอย่างเป็นอุตสาหกรรม และทำเป็นธุรกิจการค้าในระบอบสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ ส่งผลให้ผลงานวัฒนธรรมที่ออกมามีลักษณะ 3 ประการ คือ มีลักษณะเป็นสินค้ามีมาตรฐานเดียวกันหมด มีปริมาณมากมายมหาศาล โดยแสดงความคิดเห็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง “วัฒนธรรม” กับ “อุดมการณ์” และ “วัฒนธรรม” กับ “การสื่อสาร” คือ ด้านหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นวิถีของการผลิตซ้ำอุดมการณ์และการครอบงำอุดมการณ์ แต่อีกด้านหนึ่งเป็นแหล่งผลิตซ้ำอุดมการณ์ต่อต้านทุนนิยม โดย Adorno (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) นักคิดจากสำนักแฟรงค์เฟิร์ต ได้กล่าวว่า “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมทำลายทั้งลักษณะจริงจังของวัฒนธรรมชั้นสูง และลักษณะขบฏของวัฒนธรรมชั้นล่างให้หมดไป จนกลายเป็นวัฒนธรรมเชื่อง ๆ” ดังนั้น อะดอร์โนจึงใช้เกณฑ์ด้านสุนทรียะในการประเมินคุณค่าสื่อที่ผลิตขึ้นในวัฒนธรรมประชานิยม และแบ่งวัฒนธรรมเป็นชั้นสูง ชั้นกลาง และชั้นต่ำ และเลือกที่จะปกป้องวัฒนธรรมชั้นสูง และประเมินคุณค่าของสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมว่าต่ำกว่า เพราะถือว่าเป็นวัฒนธรรมทุนนิยมหรือวัฒนธรรมมวลชน ในขณะที่ Benjamin (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ 2557) กลับมองอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไปในทางบวก โดยเชื่อว่า “ประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม” (Cultural Democracy) ควรเกิดขึ้น และได้รับการยอมรับการผลิตซ้ำจึงเป็นการนำศิลปะออกจากสังคมชั้นสูง และทำให้ศิลปะได้เข้าถึงทุกคนทุกชนชั้น และเกิดการตีความหมายศิลปะที่หลากหลาย ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจึงเป็นแนวคิดพื้นฐานที่ส่งอิทธิพลให้แก่นักคิดของสำนักเบอร์มิงแฮมในเวลาต่อมา ในเรื่องของการยกเลิกการแบ่งแยกวัฒนธรรมออกเป็นสูงต่ำ คือ ไม่มีวัฒนธรรมชั้นสูงหรือวัฒนธรรมชั้นล่าง และเชื่อว่า ในแต่ละวัฒนธรรมจะมีการแสดงออกที่หลากหลายซึ่งผันแปรไปตามการก่อรูปทางสังคมและบริบททางประวัติศาสตร์ นอกจากนั้น กระบวนการส่งผ่านความรู้ ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่คนรุ่นต่อไปกระทำ จะมีลักษณะเป็น “Active Intervention”

กล่าวคือ การรับมาและดัดแปลงไปพร้อม ๆ กัน

ส่วนแนวคิดการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดทางวัฒนธรรมของ Williams (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) นักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮม ได้ใช้เกณฑ์ในการแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ (Lived Culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่มีการบันทึกไว้ (Recorded Culture) และเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีการเลือกสรร (Selective Tradition) ซึ่งมักมีผลประโยชน์ทางชนชั้น สุนทรียะ และเศรษฐกิจการเมืองแอบแฝงอยู่เสมอ และจะมีการตีความหมายใหม่ให้กับวัฒนธรรมที่จะถูกบันทึกไว้เสมอ ส่วนแนวคิด เรื่อง “โครงสร้างแห่งความรู้สึก” (Structure of Feeling) คือ ความรู้สึกร่วมกันที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มที่สามารถสื่อสารได้ในระดับจิตใต้สำนึกและอุดมการณ์ และสะท้อนให้เห็นแบบแผนทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม เมื่อผลิตสิ่งใดขึ้นมาแล้ว จำเป็นต้องมีการผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอดอยู่เสมอ จึงเป็นหลักประกันความต่อเนื่องยืนยาวของสิ่งนั้น

4. แนวคิดการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Hybridization) เป็นการปรับตัวหรือผสมผสานของวัฒนธรรมโลกและท้องถิ่น และได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม Bhabha (อ้างถึงใน ชลนรี กล่อมใจ, 2559) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า “ทุกวัฒนธรรมล้วนมีการข้ามสายพันธุ์ทั้งสิ้น” มีหลักการสำคัญ 2 ประการ คือ วัฒนธรรมทั้งหลายในโลกจะยั่งยืนอยู่ได้ด้วยลักษณะของความเป็นพลวัต (Dynamic) ต้องมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา และเส้นทางการพบกันระหว่างวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นต้องเป็นแบบ “ซึ่งกันและกัน” นอกจากนั้น แนวคิดของ Lee (อ้างถึงใน ชลนรี กล่อมใจ, 2559) ได้จำแนกรูปแบบ การผสมผสานกันของวัฒนธรรมโลกและความเป็นท้องถิ่นเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบนกแก้ว (Parrot Pattern) คือ การรับเอาทั้งเนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมโลกมาใช้แบบตรง ๆ รูปแบบอะมีบา

(Amoeba Pattern) คือ การรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศมาใช้โดยดัดแปลงรูปแบบให้เข้ากับรสนิยมท้องถิ่น แต่ยังคงเนื้อหาภายในไว้ รูปแบบปะการัง (Coral Pattern) คือ การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้เฉพาะรูปแบบ แต่เนื้อหาได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว และรูปแบบผีเสื้อ (Butterfly Pattern) คือ การเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและเนื้อหาจากตัวบทต้นทาง

5. แนวคิดการถอดรหัสโดยผู้รับสารเป็นแนวคิดของ Hall (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) ได้กล่าวว่า ระบบรหัสของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสที่สื่อสารในชุดเดียวกัน และการถอดรหัสของผู้รับสารสามารถขัดแย้งกันตามภูมิหลัง ประสบการณ์ การศึกษา อาชีพ เพศ เป็นต้น โดยสามารถถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสารเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Code) การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่มีการต่อรองความหมาย (Negotiated Code) และการถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้าน (Oppositional Code) นอกจากนั้น กลุ่มผู้รับสารมีความแตกต่างกัน จะมีการจับกลุ่มที่เป็นพลวัต และเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบและความหมายของสาร และการตีความหมายของผู้รับสารมาจากการเลือกรับรู้ (Selective Perception) จะมีขั้นตอนของการเลือกเข้าถึง เปิดรับ ตีความหมาย จดจำ และการตีความผิดไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร โดยเรียกว่า กลุ่มของความหมายที่หลากหลายชุดหนึ่ง (Polysemic) และในส่วนแนวคิดของ Morley (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) ถูกนำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นผู้อ่านและตีความหมายในการวิจัยครั้งนี้ มีแนวคิดที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์โครงสร้างทางสังคมของผู้รับสาร ได้แก่ การใช้เกณฑ์ด้านประชากร เช่น อายุ รายได้ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม โดยมีแนวโน้มว่า จุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมวัฒนธรรม (Political/ Cultural Disposition) ของผู้รับสารที่แตกต่างกัน จะสามารถจำแนกขอบเขตคุณลักษณะของประชากรแคบ

ลงในการอ่านและตีความหมายสาร

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ทศกัณฐ์: การสื่อสารความหมายและสัมพันธบทในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม”เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้กระบวนการ (Process) จึงให้ความสำคัญกับการตีความ (Interpretation) การหาความหมาย (Meaning) ของพฤติกรรม ปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน มีเครื่องมือหลัก คือ การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) โดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์ “เนื้อหาของสาร” (Message) โดยใช้แนวคิดสัมพันธบท (Intertextuality) ในการวิเคราะห์ทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชานิยมว่า มีสัมพันธบทกับวรรณคดีรามเกียรติ์บทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1 ภาพจิตรกรรมรามเกียรติ์รอบระเบียงวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และการแสดงนาฏศิลป์โขนในลักษณะของการคงเดิมของเนื้อหา (Convention) จากตัวบทต้นทาง และสร้างสรรค์ใหม่ (Invention) ผ่านการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดรามเกียรติ์ไว้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ 1) ปรับเปลี่ยนรูปแบบ แต่คงเนื้อหาเดิมไว้ 2) รักษารูปแบบเดิมไว้ แต่เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไป และ 3) การปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหาในระดับที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ตัวละครทศกัณฐ์ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตัวบทหลัก ได้แก่ 1) ตัวบทต้นทาง ได้แก่ ทศกัณฐ์ในรามเกียรติ์ฉบับพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (ร. 1) ศึกษาร่วมกับจิตรกรรมฝาผนัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และนาฏศิลป์โขนของกรมศิลปากร และ 2) ตัวบทปลายทาง จำนวน 3 ตัวบท แตกต่างกันตามประเภทสื่อ ได้แก่ นิยายภาพชุดรามเกียรติ์ (ตัวบทที่ 1) ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง “๙ ศาสตรา” (ตัวบทที่ 2) และโฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” (ตัวบทที่ 3)

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้ศึกษา “ผู้รับสาร” (Receiver) โดยใช้แนวคิดการถอดรหัส (Decoding) และการตีความหมาย (Interpretation) จากตัวละครทศกัณฐ์ ในวัฒนธรรมประชานิยมซึ่งเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้รับสารอย่างเฉพาะเจาะจงที่ได้ชมสื่อต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยคัดเลือกมาเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มผู้รับสารมีโครงสร้างทางสังคมแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษาซึ่งเป็นต้นทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ สถานภาพทางสังคม (อาชีพ) จุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสารในการตีความหมาย (Interpretation) ตัวละครทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชานิยมซึ่งเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูงได้ถูกดัดแปลงรูปแบบและเนื้อหาบางประการตามประเภทสื่อ และวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์ของผู้สร้างงานในวัฒนธรรมประชานิยม โดยได้มีการรับเอาวัฒนธรรมโลกเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดรูปแบบการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (Hybrid Cultures) ผ่านการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดตัวละครทศกัณฐ์จากรามเกียรติ์ไว้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ภาพที่ 1: ภาพแสดงตัวละครทศกัณฐ์จากหนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์

ที่มา: หนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ ตอน “รามเกียรติ์ อวสานทศกัณฐ์”

ภาพที่ 2: ภาพแสดงตัวละครเทหะยักษา จากภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง “๙ ศาสตรา”

ที่มา: https://pbs.twimg.com/media/DUNBkgPU8AAYem5.jpg

ภาพที่ 3: ฉากทศกัณฐ์หยอดขนมครก (ฉากที่โดนตัดออกจากคลิปวิดีโอ)

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=6rn93oE1CUA

1) ทศกัณฐ์รูปแบบอะมีบา (Amoeba Pattern) เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบ แต่คงเนื้อหาเดิมไว้ ปรากฏในหนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ โดยหนังสือนิยายภาพได้นำวรรณคดีรามเกียรติ์มาเล่าใหม่ด้วยภาพและภาษาร้อยแก้วที่สั้นและกระชับ และง่ายต่อการเข้าใจเพื่อสืบทอดวรรณคดีไทย รูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ รูปแบบภายนอก แต่ยังคงแสดงเอกลักษณ์ที่เป็นแก่นแท้ของทศกัณฐ์ไว้คงเดิม คือ มีเขี้ยว กายสีเขียว ทรงเครื่องกษัตริย์ และสวมมงกุฎไชย ตามตัวบทต้นทางในวัฒนธรรมชั้นสูง ส่วนการวาดลายเส้นตัวละครทศกัณฐ์ให้มีรูปร่างคล้ายกับยักษ์ผสมซุปเปอร์ฮีโรตามแบบการ์ตูนแอนิเมชันอเมริกัน เครื่องแต่งกาย และฉากที่แตกต่างไปจากตัวบทต้นทาง ถือเป็นการผสมผสานรูปแบบความเป็นไทยและตะวันตกเข้าด้วยกัน ส่วนรูปแบบภายในที่เป็นแก่นหลัก ได้แก่ นิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง และบทบาทของตัวละครทศกัณฐ์ตามตัวบทต้นทาง คือ ราชาแห่งยักษ์ ดุดัน น่าเกรงขาม แต่มากด้วยกามารมณ์ ยังคงรักษาสัมพันธบทไว้ตามตัวบทต้นทางเพื่อสื่อสารความหมายเดิมที่กล่าวถึงทศกัณฐ์เป็นตัวแทน “ฝ่ายอธรรม ความชั่วร้าย ความเจ้าชู้ และผิดหวังในความรัก”

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักที่ผลิตขึ้นเพื่อสืบทอดวรรณคดี และมุ่งสอนและปลูกฝังบรรทัดฐานด้านคุณธรรมศีลธรรมในเรื่อง “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” ให้แก่เยาวชนในสังคมไทย ส่วนข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ หนังสือนิยายภาพสร้างภาพประกอบการเล่าเรื่องที่สื่อความหมายแสดงให้เห็นว่า ตัวละครทศกัณฐ์เป็นบิดาที่รักลูก จากภาพประกอบนิยายภาพที่ทศกัณฐ์แสดงความเสียใจและอาลัยอาวรณ์จากการจากไปของอินทรชิต ซึ่งถือเป็นการดัดแปลงองค์ประกอบส่วนที่เป็นกระพี้สำคัญจากตัวบทต้นทาง ที่กล่าวว่า ทศกัณฐ์เป็นบิดาที่ไม่ดีและคิดถึงตนเองเป็นใหญ่ จนทำให้วงศ์ยักษ์ต้องล่มสลายเพราะแย่งชิงนางสีดาจากพระราม ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในสถาบันครอบครัว และยังใช้สื่อเสริมด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (Augmented Reality) ให้ตัวละครสำคัญของเรื่องออกมาสร้างความเพลิดเพลินประกอบการอ่าน โดยการส่องคิวอาร์โค้ด (QR-Code) ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมการอ่านในยุคปัจจุบันที่เน้นการสื่อสารด้วยภาพมากกว่าภาษาเขียน แต่ก็ยังคงสามารถสืบทอดเนื้อหา และการสื่อสารความหมายจากตัวบทต้นทางมาได้อย่างครบถ้วน จนหนังสือชุดดังกล่าวได้รับรางวัลหนังสือนิยายภาพชุดดีเด่นสำหรับเยาวชนจาก สำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ

2) ทศกัณฐ์รูปแบบผีเสื้อ (Butterfly Pattern) เป็นการปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหา ปรากฏในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง “๙ ศาสตรา” โดยมีวัตถุประสงค์ผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม มีการใช้ประโยชน์จากตัวละครทศกัณฐ์ในฐานะเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย และปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหาของ ตัวละครทศกัณฐ์ให้มีลักษณะผสมข้ามสายพันทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับองค์ประกอบของการเล่าเรื่องในภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อสร้างความเป็นสากลรองรับกลุ่มผู้รับสารที่ไม่จำกัดเฉพาะชนชาติใดชาติหนึ่ง คงเหลือเพียงแก่นที่โดดเด่นของทศกัณฐ์ คือ มีเขี้ยว กายสีเขียว และบทบาทกษัตริย์ที่

ดุร้าย เท่านั้น ส่วนเครื่องแต่งกายและอาวุธซึ่งถือเป็นกระพี้สำคัญได้ถูกดัดแปลงให้มีรูปลักษณ์ภายนอกผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและความเป็นสากล (การ์ตูนอเมริกัน) จนไม่สามารถอนุมานไปสู่ตัวบทต้นทางได้ หากผู้รับสารไม่มีทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์จากตัวบทต้นทาง ส่วนรูปแบบภายในที่เป็นแก่นหลัก ได้แก่ นิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง และบทบาท ของตัวละครทศกัณฐ์คงไว้เพียง ราชาแห่งยักษ์ ดุดัน น่าเกรงขาม แต่ตัดทอนด้านความเจ้าชู้ และความรักออกไป เพื่อสื่อสารความหมายหลักประการเดียว คือ เทหะยักษาเป็นตัวแทน “ฝ่ายอธรรม และความชั่วร้าย” ที่ต่อสู้กับทหารของพระราชา ส่วนข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ ภาพยนตร์แอนิเมชันมีพัฒนาการมาจากหนังสือนิยายภาพ กล่าวคือ จากภาพวาดลายเส้นสู่ภาพเคลื่อนไหว แต่มีการดัดแปลงรูปแบบและเนื้อหาแตกต่างไปจากการผลิตหนังสือนิยายภาพชุดดังกล่าวข้างต้น ได้แก่ การไม่ใช้โครงสร้างการเล่าเรื่องของรามเกียรติ์ตามตัวบทต้นทาง ดังนั้น ตัวละครเทหะยักษาจึงเป็นตัวละครที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ และไม่จำเป็นต้องใช้ภูมิหลังของตัวละครทศกัณฐ์จากตัวบทต้นทาง และยังสามารถดัดแปลงเรื่องให้แตกต่างไปจากเดิม โดยการเพิ่มฉากสถานที่ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวประเทศไทย เช่น ฉากการถ่ายทอดการใช้ศิลปะมวยไทย พระพุทธรูป วัด สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย และยังเสริมด้วยศิลปะการแต่งกาย และเครื่องดนตรีของจีน เป็นต้น ส่งผลให้ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “๙ ศาสตรา” กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีการผสมผสานทั้งวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมโลกได้อย่างน่าสนใจ

3) ทศกัณฐ์รูปแบบปะการัง (Coral Pattern) เป็นการรักษารูปแบบเดิมไว้ แต่เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไป ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (ยูทูบ) ในปี พ.ศ. 2559 โดยมีวัตถุประสงค์ผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรม แต่มีการใช้ประโยชน์จากตัวละครโขนทศกัณฐ์ใน

ฐานะเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย ส่งผลให้รูปแบบภายนอกของทศกัณฐ์มีลักษณะเหมือนตัวบทต้นทางในวัฒนธรรมชั้นสูง คือ มีเขี้ยว กายสีเขียว ทรงเครื่องกษัตริย์ และสวมมงกุฎไชย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ของผู้รับสารที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างรวดเร็ว แต่ส่วนรูปแบบภายในที่เป็นแก่นหลัก ได้แก่ นิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง และบทบาทของ ตัวละครทศกัณฐ์ตามตัวบทต้นทาง คือ ราชาแห่งยักษ์ ดุดัน น่าเกรงขาม แต่มากด้วยกามารมณ์ ได้ถูกดัดแปลงไปตามเนื้อหาที่สร้างขึ้นใหม่ตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้างงาน เช่น ภาพยนตร์โฆษณา กำหนดให้ตัวละครโขนทศกัณฐ์แสดงอากัปกริยาเหมือนนักท่องเที่ยวอยู่ในฉากสถานการณ์การเดินทางต่าง ๆ เช่น ขี่ม้า ขี่จักรยาน ขับโกคาร์ท และหยอดขนมครก ประกอบเพลงของภาพยนตร์โฆษณา “เที่ยวไทยมีเฮ” ซึ่งถือเป็นการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมที่มีการนำตัวละครจากวัฒนธรรมชั้นสูง (Local Form) มาใส่ในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยว (Global Content) ส่งผลให้เกิดการปะทะกันทางวัฒนธรรม และมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์การนำตัวละครโขนมาใช้ในบทบาทที่ไม่เหมาะสมกับการเป็นราชาแห่งยักษ์ โดยทศกัณฐ์ถูกสื่อสารความหมายใหม่ที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยและเป็นตัวแทนนักท่องเที่ยว ส่วนข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ การใช้สัมพันธบทในภาพยนตร์โฆษณาจะต้องพิจารณาและศึกษาความเหมาะสมในการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นวัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมโลกโดยศึกษารากทางภาษาและวัฒนธรรมในสังคมไทย เพื่อไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งกับกลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรมชั้นสูงที่ไม่ต่อต้านรูปแบบทศกัณฐ์ในเนื้อหาและการสื่อสารความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากตัวบทต้นทางได้

ในส่วนของการวิเคราะห์ผู้รับสารในการถอดรหัสและตีความหมายตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม ผู้วิจัยสามารถจำแนกกลุ่มผู้รับสารแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 8 คน ที่คัดเลือกมาเป็นผู้ถอดรหัสและตีความหมาย

สื่อซึ่งเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ ออกเป็น 2 กลุ่ม โดยพิจารณาจากบทสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้รับสารที่มีโครงสร้างทางสังคมแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษาซึ่งเป็นต้นทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ สถานภาพทางสังคม (อาชีพ) และแสดงทัศนะจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสารในการตีความหมาย (Interpretation) ตัวละครทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชานิยมเผยแพร่ในสื่อซึ่งเป็นกรณีศึกษาแตกต่างกันตามแนวคิดของ Morley (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551) โดยผลจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า กลุ่มแรกมีแนวโน้มแสดงจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวอนุรักษ์นิยม (Conservatism) มีจำนวน 6 คน และกลุ่มที่สอง มีแนวโน้มแสดงจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวเสรีนิยม (Liberalism) มีจำนวน 2 คน โดยทั้งสองกลุ่มประกอบไปด้วย ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ และมีทุนความรู้เกี่ยวกับทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูงเป็นอย่างดี โดยอิงจากประสบการณ์ในการศึกษาและการประกอบอาชีพแตกต่างกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้รับสารตามรูปแบบการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในการสร้างสรรค์ตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมในหนังสือนิยายภาพ ภาพยนตร์แอนิเมชัน และภาพยนตร์โฆษณาทางยูทูบ ตามลำดับ ผลการวิจัย มีดังนี้

1) ผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มมีการถอดรหัสและตีความหมายในจุดเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) ในการรักษาสัมพันธบทคงเดิมที่ปรากฏในนิยายภาพ โดยมีการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมทศกัณฐ์ในรูปแบบอะมีบา ที่ยังคงต้องรักษาเอกลักษณ์ความเป็นทศกัณฐ์ทั้งรูปแบบภายนอกและภายในตามตัวบทต้นทาง เนื่องจากนิยายภาพได้นำวรรณคดีรามเกียรติ์มาเล่าใหม่ และมีความโดดเด่นในด้านการเล่าเรื่องผ่านภาพและภาษาร้อยแก้ว อย่างไรก็ตาม การนำเสนอภาพบทบาทของบิดาที่รักลูกระหว่างตัวทศกัณฐ์และ

อินทรชิต ส่งผลให้ผู้รับสารส่วนหนึ่งของทั้งสองกลุ่มอ่านความหมายของตัวละครทศกัณฐ์ในนิยายภาพเปลี่ยนไปจากตัวบทต้นทาง โดยมองว่า ทศกัณฐ์มีลักษณะเป็น “สีเทา” หมายถึง “มีความดีและไม่ดีอยู่ในตนเอง แตกต่างจากตัวบทต้นทางที่ทศกัณฐ์จะสื่อความหมายเป็น “สีดำ” หมายถึง ความชั่วร้าย ซึ่งถือเป็นการอ่านความหมายแนวใหม่แตกต่างไปจากตัวบทต้นทาง ส่วนการอ่านและตีความหมายในจุดเดียวกันกับผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตนิยายภาพในด้านการสร้างสรรค์ลายเส้นภาพของตัวละครทศกัณฐ์ ที่มีลักษณะรูปร่างทรวดทรง และกล้ามเนื้อเหมือนซุปเปอร์ฮีโรแบบการ์ตูนอเมริกัน และมีเครื่องแต่งกายที่มีการผสมผสานรูปแบบความเป็นท้องถิ่นและความเป็นสากลอย่างลงตัว (Articulation) การวาดฉากแสดงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้ปรับโทนสีสันของภาพให้แตกต่างจากภาพจิตรกรรมฝาผนังตามตัวบทต้นทาง ตลอดจนใช้เทคโนโลยีแสดงภาพเคลื่อนไหวของตัวละครทศกัณฐ์ จะช่วยเพิ่มความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษา ทำให้เกิดแรงจูงใจในการอ่านวรรณคดีรามเกียรติ์ และเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่

2) ผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มมีการถอดรหัสและตีความหมายแตกต่างกันในการรักษาสัมพันธบทที่ปรากฏในภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งมีการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมทศกัณฐ์ในรูปแบบผีเสื้อ โดยกลุ่มแรกที่มีจุดยืนทางสังคมและวัฒนธรรมแนวอนุรักษ์นิยม มีการอ่านและตีความหมายจุดเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) ในการรักษา “แก่น” ของความเป็นทศกัณฐ์ คือ รูปแบบภายนอกและภายใน ได้แก่ การมีเขี้ยว กายสีเขียว และมีบทบาทเป็นกษัตริย์ เช่นเดียวกับนิยายภาพ แต่มีการต่อรองความหมาย (Negotiated Reading) ในส่วนที่เป็น “กระพี้” ได้แก่ มี 10 เศียร 20 กร และทรงเครื่องกษัตริย์ ความสามารถ ฤทธานุภาพ นิสัย บทบาท ของทศกัณฐ์ว่า เทหะยักษายังควรต้องมี สัมพันธบทคงเดิมจากตัวบทต้นทางหรือจากวรรณคดีรามเกียรติ์ แต่

ส่วนที่เป็น “เปลือก” ของการสร้าง ตัวละครเทหะยักษา ได้แก่ รูปแบบภายนอกของเทหะยักษา สามารถออกแบบลายเส้นให้มีส่วนประกอบคล้ายกับซุปเปอร์ฮีโรในภาพยนตร์การ์ตูนและเกมออนไลน์ของอเมริกันและญี่ปุ่นได้ อย่างไรก็ตาม การถอดรหัสและตีความหมายภาพยนตร์แอนิเมชันส่วนใหญ่มาจากผู้รับสารที่มีแนวคิดเป็นนักอนุรักษ์นิยม โดยบางส่วนของผู้รับสารกลุ่มแรก มีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ตัวละครเทหะยักษาเป็นอนุภาคของตัวละครทศกัณฐ์ที่สร้างขึ้นภายใต้โครงเรื่องใหม่ สามารถปรับรูปแบบภายนอกและภายในได้ตามความเหมาะสม โดยไม่จำเป็นต้องมีลักษณะรูปแบบเหมือน ตัวบทต้นทางทุกประการ แต่ยังควรรักษาเอกลักษณ์สำคัญที่เป็นแก่นและกระพี้บางประการให้คงไว้ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงไปสู่ตัวบทต้นทางได้ ในขณะที่กลุ่มที่สอง ที่มีจุดยืนทางสังคมและวัฒนธรรมแนวเสรีนิยมมีการอ่านและตีความหมายจุดเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) โดยพิจารณาว่า ตัวละครเทหะยักษาเป็นเพียงการใช้อนุภาคของวรรณคดีรามเกียรติ์บางส่วน จึงไม่จำเป็นต้องมีสัมพันธบทกับตัวละครทศกัณฐ์ในด้านรูปแบบและเนื้อหาตามตัวบทต้นทาง และถือเป็นการเปิดโอกาสทำให้เกิดการสร้างสรรค์ตัวละครขึ้นใหม่ได้อย่างเสรี โดยผู้รับสารกลุ่มดังกล่าว ยังมีความคาดหวังว่า ผู้สร้างภาพยนตร์แอนิเมชันไทยจะพัฒนาความสามารถในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันให้เทียบเท่ากับชาติตะวันตก เพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของประเทศไทยได้

3) ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ทั้งสองกลุ่มมีการถอดรหัสและตีความหมายที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งมีการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมทศกัณฐ์ในรูปแบบปะการังแตกต่างกัน โดยในกลุ่มแรกมีการถอดรหัสและตีความหมายแสดงจุดยืนที่ต่อต้าน (Oppositional Reading) กับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา โดยเห็นว่า ทศกัณฐ์ยังคงต้องรักษาสัมพันธบทคงเดิมที่เป็นแก่นและกระพี้ของความเป็นโขนทศกัณฐ์ คือ รูปแบบภายนอกและภายใน ได้แก่ การมี

เขี้ยว กายสีเขียว มีบทบาทเป็นกษัตริย์ที่สง่างาม และทรงเครื่องกษัตริย์ที่วิจิตรงดงาม โดยเครื่องทรงจำเป็นที่ต้องมี คือ มงกุฎไชย ซึ่งถือเป็นเครื่องทรงหัวโขนเฉพาะของตัวละครทศกัณฐ์ตามรูปแบบการแสดงโขน อย่างไรก็ตาม ภาพยนตร์โฆษณาชุดดังกล่าวไม่ได้รักษารูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของโขนทศกัณฐ์ให้คงไว้ การผสมผสานที่ไม่ลงตัวในด้านรูปแบบและเนื้อหาจึงเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม โดยการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มแรกสอดคล้องกับกลุ่มบุคคลและองค์กรทางด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในระดับประเทศ อาทิ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ได้กล่าวถึง การนำการแสดงนาฏศิลป์โขนไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์นั้น สามารถกระทำได้แต่ต้องพิจารณาถึงบริบททางวัฒนธรรมของการแสดงโขนด้วย โดยนักวิชาการทางวัฒนธรรมพิจารณาว่า “หัวโขน ท่ารำ เครื่องแต่งกาย และเพลงที่ใช้ประกอบนั้น จะต้องเหมาะสมตามจารีตการแสดงโขน” (“ชมได้แล้ว!! MV เที่ยวไทยมีเฮ ฉบับปรับแก้ ตัดฉากทศกัณฐ์ หยอดขนม เซลฟี่”, 2559) ส่วนข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ ผู้รับสารบางคนในกลุ่มแรกได้แสดงจุดยืนเป็นนักอนุรักษ์นิยมแนวใหม่ โดยยอมรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาเดิมไว้ โดยมีความคิดเห็นว่า ทศกัณฐ์ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาสามารถสื่อถึงความเป็นไทยในด้านความสนุกสนานและร่าเริงผ่าน อากัปกริยาได้ แต่มีข้อเสนอแนะว่า ควรศึกษาหาข้อมูลวัฒนธรรมชั้นสูงจากผู้รู้ทางวัฒนธรรมก่อนจะนำวัฒนธรรมมาใช้ในวัตถุประสงค์การสร้างงาน เพื่อให้ได้งานที่มีคุณค่าต่อการสืบทอดวัฒนธรรมไปยังผู้รับสารที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ ในขณะที่กลุ่มที่สองแสดงแนวคิดแบบเสรีนิยมมีการถอดรหัสและตีความหมายในจุดเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) ในการนำเสนอรูปแบบภายนอกและภายในที่เป็น “แก่นและกระพี้” โดยเฉพาะบทบาททศกัณฐ์ที่เป็นนักท่องเที่ยวแสดงอากัปกริยาเหมือนมนุษย์ และลดความวิจิตรของเครื่องทรงโขนตามความเหมาะสม ฉากที่มีการดัดแปลงตามโครงสร้างการเล่าเรื่อง และ

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา สามารถกระทำได้ตามความเหมาะสม โดยผู้รับสารกลุ่มที่สองพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการผลิตภาพยนตร์โฆษณาและกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลสรุปจากการวิจัยในครั้งนี้ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้หลายประการ ดังนี้

1. ผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า สัมพันธบททศกัณฐ์จากวัฒนธรรมชั้นสูงที่มีการผลิตซ้ำในวัฒนธรรมประชานิยมสามารถปรับรูปแบบและเนื้อหาได้มากที่สุดในระดับที่มีการใช้สัมพันธบทและดัดแปลงผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบอะมีบาและแบบผีเสื้อ โดยสามารถได้รับความสำเร็จในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมประชานิยม ในขณะที่ทศกัณฐ์ในรูปแบบปะการังเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ต้องพิจารณากระบวนการผลิตทั้งรูปแบบและเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบทสังคมไทยที่มีแนวโน้มว่า ลักษณะกลุ่มผู้รับสารจะเป็นแนวอนุรักษ์นิยมมากกว่าเสรีนิยม ซึ่งมีการประเมินคุณค่าของการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมแตกต่างกัน ข้อจำกัดของการนำตัวละครทศกัณฐ์แบบปะการังมาใช้ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม คือ ต้องพิจารณาในเรื่องของการนำรูปแบบทศกัณฐ์ที่มีสัมพันธบทกับการแสดงโขนมาใช้ เพราะมีเจ้าของวัฒนธรรมที่ชัดเจน และถือเป็นศิลปะชนชั้นสูงในสังคมไทยที่ได้รับการเชิดชูและยกย่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

2. จุดยืนทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสารมีผลต่อการประเมินคุณค่าทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม กล่าวคือ กลุ่มผู้รับสารที่มีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวอนุรักษ์นิยมจะประเมินคุณค่า และยอมรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาของทศกัณฐ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการปรับรูปแบบ

และเนื้อหาเป็นทศกัณฐ์แบบอะมีบา และในภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีการปรับรูปแบบและเนื้อหาเป็นทศกัณฐ์แบบผีเสื้อ โดยทั้งสองรูปแบบนี้ยังเป็นพื้นที่สื่อที่ผู้มีอำนาจปกครองในภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษาและองค์กรทางด้านวัฒนธรรม ใช้สำหรับธำรงรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมชั้นสูง โดยปรากฏให้เห็นได้จากตัวบทต้นปลายทางทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่ยังคงสื่อความหมายปลูกฝังค่านิยมให้ประชาชนตระหนักถึงบทบาทของสถาบันพระมหากษัตริย์และชนชั้นปกครองในการทำหน้าที่ดูแลความสงบสุขของบ้านเมือง ปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม และวัฒนธรรมประเพณี อันดีงามของชาติไว้ตามตัวบทต้นทาง ในขณะที่กลุ่มผู้รับสารที่มีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวเสรีนิยม สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมทุกรูปแบบ แต่ทศกัณฐ์รูปแบบปะการังที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาทางสื่อยูทูบมีความน่าสนใจ เพราะถือเป็นพื้นที่ของประชาชนหรือนักวิชาชีพด้านการผลิตสื่อ ใช้สื่อความหมายทศกัณฐ์ที่แตกต่างไปจากตัวบทต้นทางซึ่งอยู่ในวัฒนธรรมชั้นสูง

อย่างไรก็ตาม จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถอนุมานได้ว่า กลุ่มผู้รับสารที่มีจุดยืนเป็นนักอนุรักษ์นิยมมีจำนวนมากกว่ากลุ่มผู้รับสารที่มีจุดยืนเป็นนักเสรีนิยม สอดคล้องกับแนวคิดในบทความเรื่อง “อนุรักษ์นิยมแบบไทย: ข้อสังเกต” (กมล สมวิเชียร, 2514) ได้กล่าวถึง สังคมไทยเป็นสังคมที่มีระบบการเมืองแบบราชการ ส่งผลให้คนไทยมีแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม “แบบไทย” ในทุกระดับและอาชีพ โดยมีนักวิชาการต่างประเทศขนานนามว่า ประเทศไทยเป็น “Conservative State” กล่าวคือ ทัศนะคติที่มีต่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ครอบครัว ครูอาจารย์ และต่อสังคมเป็นแบบดั้งเดิม หรือยึดถือในจารีตประเพณี มีความคิดและค่านิยมแบบเก่าที่สังคมยอมรับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มที่มีจุดยืนด้านสังคมและวัฒนธรรมแนวอนุรักษ์นิยมจะประเมินคุณค่าของสื่อในวัฒนธรรมประชานิยม โดยพิจารณาจากระดับสัมพันธบทจากตัวบทต้นทาง

ที่ปรากฏในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม เพราะมีแนวคิดที่มุ่งรักษาความเชื่อและคุณค่าแบบเก่า และมักจะผูกโยงตัวบทใหม่เข้ากับตัวบทเก่า (สุรพศ ทวีศักดิ์, 2564) โดยหากพิจารณาตามแนวคิดของอะดอร์โนจะประเมินคุณค่าของสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมต่ำกว่าสื่อในวัฒนธรรมชั้นสูง ดังนั้น นิยายภาพ ภาพยนตร์แอนิเมชัน และภาพยนตร์โฆษณาที่นำตัวละครทศกัณฐ์จากรามเกียรติ์มาใช้ จะไม่สามารถประเมินคุณค่าได้เทียบเท่า ตัวบทต้นทาง สอดคล้องกับกลุ่มที่มีแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยมที่พิจารณาคุณค่าสื่อในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมตามสัมพันธบทที่ปรากฏในสื่อที่ยังคงต้องรักษารูปแบบและเนื้อหาที่เป็นแก่นและกระพี้สำคัญของทศกัณฐ์ให้คงเดิม จึงจะได้รับการยอมรับในสังคม แต่ถ้าพิจารณาตามแนวคิดของเบนจามินซึ่งเชื่อว่า ศิลปะชั้นสูงสามารถนำมาผลิตซ้ำ และไม่จำเป็นที่ศิลปะจะต้องมีเพียงหนึ่งเดียว โดยมีจุดยืนที่เรียกว่า “ประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม” (Cultural Democracy) ดังนั้น การผลิตซ้ำจึงเป็นการนำศิลปะออกจากสังคมชั้นสูงและทำให้ศิลปะได้เข้าถึงทุกชนชั้น ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มที่มีจุดยืนแนวเสรีนิยม และส่งผลให้การผลิตสื่อเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะศิลปะชั้นสูงที่นำมาผลิตซ้ำในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม จะได้มีโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงในชีวิตประจำวัน และนำไปสู่การตีความหมายใหม่จากผู้รับสารซึ่งแตกต่างจากความหมายเดิมที่เจ้าของวัฒนธรรมชั้นสูงได้ตีกรอบไว้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

3. การนำวัฒนธรรมชั้นสูงไปใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า การนำวัฒนธรรมและศิลปะไทยมาสร้างมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายของประเทศไทยและทุกประเทศทั่วโลกที่มีมรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง หากแต่จะประสบความสำเร็จได้ในระดับใด เป็นเรื่องของความท้าท้ายของภาครัฐและเอกชนของแต่ละประเทศที่ประกอบกิจกรรมผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม (“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการ

พัฒนาที่ยั่งยืน", 2564) โดยงานวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาตัวอย่างรูปแบบต่าง ๆ ของการใช้วัฒนธรรมชั้นสูงเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้วัฒนธรรมเป็นสินค้า ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทศกัณฐ์รูปแบบอะมีบามีปรากฏอยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์ และภาพยนตร์แอนิเมชันจำนวนมากของประเทศไทย และยังมีความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอยู่มากในการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่มีสัมพันธบทจากตัวบทวรรณคดี จึงเหมาะต่อการผลิตและสร้างสรรค์เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะเยาวชนไทยได้เข้าถึงตัวบทต้นทางในวัฒนธรรมชั้นสูงยิ่งขึ้น แต่เมื่อเทียบกับทศกัณฐ์รูปแบบผีเสื้อที่ได้นำเสนอในภาพยนตร์แอนิเมชัน มีรูปแบบที่น่าสนใจและเอื้อต่อการดัดแปลงให้มีความเป็นสากล และสามารถพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี เพราะมีการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่สามารถดัดแปลงไปจากตัวบทต้นทางอย่างอิสระ และมีการนำวัฒนธรรมไทยไปดัดแปลงและสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ ในขณะที่การดัดแปลงทศกัณฐ์ในรูปแบบปะการัง ถือเป็นการนำเสนอผ่านสื่อโฆษณาที่สามารถพัฒนาเป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ อย่างไรก็ตาม การนำศิลปะโขนในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ในวัฒนธรรมประชานิยม จะต้องมีการศึกษาวัฒนธรรมต้นแบบเพื่อให้รู้ขอบเขตจำกัดของการสร้างสรรค์ว่าสามารถใช้สัมพันธบททศกัณฐ์ไปได้ถึงในระดับใด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

สำหรับผู้ที่สนใจกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) เพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) โดยจากการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า หัวข้องานวิจัยที่มีการบูรณาการความรู้ทางด้านนิเทศาสตร์และอักษรศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม เพื่อจะเป็นองค์ความรู้แก่นักวิชาชีพที่จะ

ผลิตสื่อใหม่ และต้องการนำวัฒนธรรมมาใช้อย่างสร้างสรรค์ถูกต้องตามแนวทางของวิชาการควรจะออกมาในลักษณะใด นักวิจัยและนักวิชาการสามารถคัดเลือกสื่อที่อาจจะมีอยู่จำนวนไม่มากแต่ยังไม่ได้รับการศึกษาว่า มีกระบวนการใช้องค์ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์อะไรบ้าง ที่สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตสื่อในรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม มาเป็นหัวข้องานวิจัยในอนาคต เพื่อเป็นองค์ความรู้แก่ นักศึกษา นักวิชาการ และนักวิชาชีพ นำมาใช้เป็นแนวทางในการประเมินคุณค่าของงานสื่อในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม และเป็นองค์ความรู้ประกอบการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับ ผู้ประกอบอาชีพในการผลิตสื่อในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะกลุ่มภาพยนตร์โฆษณาและมิวสิกวิดีโอที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (ยูทูบ) ปัจจุบันมีการผลิตและเผยแพร่อย่างกว้างขวาง โดยผู้ผลิตมีตั้งแต่องค์กรและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน กลุ่มนักธุรกิจและนายทุนขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก ไปจนถึงผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ผลิตเนื้อหาเอง จึงตั้งข้อสังเกตได้ว่า ระดับคุณภาพของสื่อที่ผลิตนั้นมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จะสามารถต่อยอดการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาและมิวสิกวิดีโอของไทยได้

นอกจากนั้น ในประเด็นของการวิจัยผู้รับสาร ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ผู้รับสารในระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในประเด็นของการนำตัวละครทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งถือเป็นการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก และผลการวิจัยเป็นข้อมูล ขั้นพื้นฐาน ดังนั้น สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับสารในการนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ในการผลิตสื่อในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการตอบรับจากผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ในงานวิจัยด้านสื่อเพื่อเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม อาจคัดเลือกกระบวนการเก็บข้อมูลที่ขยายจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น และมีโครงสร้างทางสังคมที่มีความหลากหลายวัฒนธรรม (กรณีเก็บข้อมูลผู้รับสารไปใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตสื่อ เพื่อเป็นสินค้าส่งออกทางวัฒนธรรม) และสามารถเปลี่ยนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อความเที่ยงตรงและชัดเจนของข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อผลการวิจัย โดยพิจารณาคัดเลือกประเด็นที่สำคัญตามที่ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะข้างต้น และทำวิจัยเพื่อขยายผลให้ได้ข้อมูลเชิงลึก แล้วนำผลการวิจัยดังกล่าว มาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาคัดเลือกข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาใช้ในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งออก เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างสรรค์งานทางวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

กมล สมวิเชียร. (2514). *อนุรักษ์นิยมแบบไทย: ข้อสังเกต. วารสารสังคมศาสตร์,* 8(1), 158-166. http://www.library.polsci.chula.ac.th/dl/4eaef35333b45c9b17583e7ca3e9c2d3

กาญจนา แก้วเทพ. (2545). สื่อบันเทิง: *อำนาจแห่งความไร้สาระ.* ออล อเบ้าท์ พริ้นท์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา.* ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา.* ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ, และ สมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา.* ภาพพิมพ์.

กุหลาบ มัลลิกะมาส. (2521). *วรรณคดีวิจารณ์.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชมได้แล้ว!! MV เที่ยวไทยมีเฮ ฉบับปรับแก้ ตัดฉากทศกัณฐ์ หยอดขนม เซลฟี่.

(2559, 23 กันยายน). *ข่าวสด.* https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_20848

ชลนรี กล่อมใจ. (2559). *การสื่อสารความหมายและรสนิยมการบริโภคซูชิในสังคมไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5707030366_5665_6341.pdf

ชัยพร ม่วงปรางค์. (2559). *วัฒนธรรมซุปเปอร์ฮีโร่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร. http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000012974

พิเชษ แสงทอง. (2555). Intertextuality จาก “ตัวบท” สู่ “สัมพันธบท”. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์,* 18(3), 261-270.

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2564, 3 กุมภาพันธ์). *ประชาชาติธุรกิจ*. https://www.prachachat.net/csr-hr/news-604476

สุรพศ ทวีศักดิ์. เสรีนิยมกับอนุรักษ์นิยมอยู่ร่วมโลกกันได้ไหม. (2564). *ประชาไทออนไลน์*. https://prachatai.com/journal/2019/04/81980

อุมาพร มะโรณีย์. (2551). *สัมพันธบทของการเล่าเรื่องในสื่อการ์ตูน ละครโทรทัศน์และนวนิยาย.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). http://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/14715/1/Umapornma.pdf