

สัมพันธบทและการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม ตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมของไทย¹

ภัทริยา ศรีสุข²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง สัมพันธบทและการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม ตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมของไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มุ่งศึกษาวิเคราะห์ตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมในช่วง พ.ศ. 2557-2561 โดยมีตัวบทต้นทาง ได้แก่ ทศกัณฐ์ในรามเกียรติ์ฉบับพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (ร.1) จิตรกรรมฝาผนังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และนาฏศิลป์โขนของกรมศิลปากรที่มีสัมพันธบท ทศกัณฐ์ร่วมกับวรรณคดี และตัวบทปลายทาง ได้แก่ นิยายภาพชุดรามเกียรติ์โฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” และภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ๙ ศาสดา โดยใช้แนวคิดสัมพันธบท (intertextuality) วิเคราะห์บริบททางสังคมและประเภทสื่อ รูปแบบภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา สีกาย เครื่องแต่งกาย อาวุธ และฉากที่มีการปรากฏตัวของตัวละครทศกัณฐ์ รูปแบบภายใน ได้แก่ ลักษณะนิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง บทบาท และเนื้อหาในการสื่อความหมายของตัวละครทศกัณฐ์ว่า มีการคงเดิม (convention) การตัดทอน (reduction) และการดัดแปลง (modification) และมีการใช้แนวคิดการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม เพื่อจำแนกรูปแบบทศกัณฐ์ที่เกิดขึ้นในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมของไทย

* วันที่รับบทความ 14 พฤศจิกายน 2565; วันที่แก้ไขบทความ 10 มีนาคม 2566; วันที่ตอบรับบทความ 25 มีนาคม 2566

¹ บทความนี้ดัดแปลงและเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง ทศกัณฐ์: การสื่อสารความหมายและสัมพันธบท ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

² อาจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผลการวิจัยพบว่า ทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชาานิยมของไทยมีสัมพันธ์กับวัฒนธรรมชั้นสูง ทั้งรูปแบบและเนื้อหาในลักษณะคงเดิม (convention) ตัดทอน (reduction) และดัดแปลง (modification) และได้มีการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมรูปแบบอะมีบา (amoeba pattern) ในหนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ รูปแบบปะการัง (coral pattern) ในภาพยนตร์โฆษณาชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” และรูปแบบผีเสื้อ (butterfly pattern) ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง ๙ ศาสดรา เพื่อการสืบทอดวัฒนธรรมและผลิตซ้ำเพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่นำเสนอความเป็นไทย ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทศกัณฐ์ วัฒนธรรมประชาานิยม สัมพันธ์บท การผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม

Intertextuality and Cultural Hybridization of Ravana in Thai Popular Media Culture

Patriya Srisuk³

Abstract

This qualitative case study of Ravana in Thai popular media culture aimed to analyze intertextuality and cultural hybridization patterns of 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, a television commercial "Thailand is Awesome" used for promoting tourism of Thailand and an animated movie *9 Satra: The Legend of Muay Thai*. 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. Cultural hybridization was also utilized to identify patterns of Ravana in Thai popular media culture.

The study revealed that Ravana in Thai popular culture and high culture shared intertextuality in terms of patterns and messages

³Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamagala University of Technology Krungthep.

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,” coral pattern in the television commercial “Thailand is Awesome,” and butterfly pattern in the animated movie *9 Satra: The Legend of Muay Thai*, for cultural inheritance and reproduction of cultural products representing Thainess, respectively.

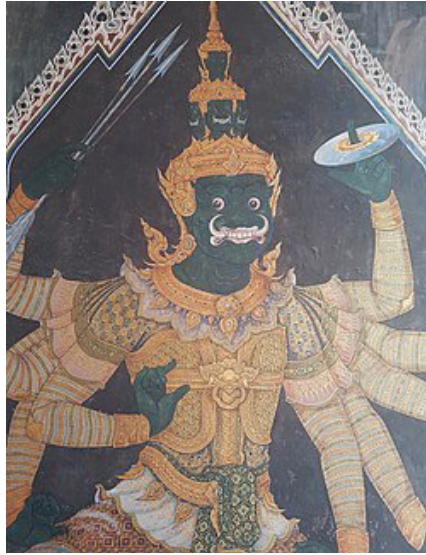
Keywords: Ravana, popular culture, intertextuality, cultural hybridization

บทนำ

ทศกัณฐ์เป็นตัวละครเอกในวรรณคดีรามเกียรติ์ ที่มีการสร้างความหมายอย่างเป็นพลวัต ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมได้อย่างน่าสนใจ ทศกัณฐ์เป็นตัวละครร้ายและสัญลักษณ์แห่งอธรรม จากการศึกษาพบว่า ในช่วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2557-2561 มีสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมที่ได้นำเสนอตัวละครทศกัณฐ์ที่มีสัมพันธ์กับวรรณคดีรามเกียรติ์ โดยผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงตัวบทปลายทางที่ได้คัดเลือกมาเป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ หนังสือภาพชุดรามเกียรติ์ มี 3 ภาค ภาคแรก คือ “รามเกียรติ์ ปฐมบท” ได้รับรางวัลชมเชยหนังสือการ์ตูนและนิยายภาพ (ทั่วไป) จากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในปี พ.ศ. 2557 ภาคที่สอง คือ “รามเกียรติ์ สุ่มหาสงคราม” ได้รับรางวัลดีเด่นหนังสือการ์ตูนหรือนิยายภาพ (สำหรับเด็ก) ของ สพฐ. ในปี พ.ศ. 2558 และภาคสุดท้าย คือ “รามเกียรติ์ อวสานทศกัณฐ์” ได้รับรางวัลดีเด่นประเภทหนังสือการ์ตูนหรือนิยายภาพ (สำหรับเด็ก) ของ สพฐ. ในปี พ.ศ. 2559 ตามลำดับ โดยมีผู้เขียน คือ รัตนา คชนาท และหนังสือทั้ง 3 เล่มนี้ยังได้รับคัดเลือกให้เป็นหนังสือโครงการคัดสรร 100 เล่ม หนังสือดีสำหรับเด็ก ในปี พ.ศ. 2560 ช่วงกลุ่มอายุ 7-11 ปี จัดโดยกระทรวงวัฒนธรรมอีกด้วย หนังสือภาพชุดนี้ได้นำวรรณคดีรามเกียรติ์มาสร้างสรรค์ใหม่ โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบของตัวละครในวรรณคดีรามเกียรติ์ให้มีความทันสมัย เน้นการนำเสนอภาพมากกว่าภาษาในการเล่าเรื่องรามเกียรติ์ มีภาพวาดตัวละครต่างๆ ที่ได้รับอิทธิพลรูปแบบมาจากตัวการ์ตูนแอนิเมชันของตะวันตก ที่เน้นโครงสร้างและกล้ามเนื้อของตัวละครเพศชาย และเล่าเรื่องรามเกียรติ์โดยใช้ภาษาร้อยแก้วที่ง่ายต่อความเข้าใจ และมีการใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (augmented reality) กระตุ้นการเปิดรับสื่อจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก เหมาะสำหรับเป็นหนังสือส่งเสริมการเรียนรู้วรรณคดีไทยสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา หนังสือชุดนี้มีความน่าสนใจว่า ได้มีการปรับรูปแบบและเนื้อหาอย่างไร จึงยังคงสามารถสืบทอดตัวบทต้นทางให้ผู้อ่านยังคงมีความเข้าใจเรื่องรามเกียรติ์ และนำเสนอการเล่าเรื่องผ่าน

ภาพได้อย่างน่าสนใจ ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ตัวละครทศกัณฐ์ได้ถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันแนวแอ็กชันของไทย เรื่อง *๙ ศาสดา* ซึ่งถือเป็นการนำอนุภาคทางวรรณคดีรามเกียรติ์มาใช้ในภาพยนตร์แอนิเมชัน มีการเผยแพร่ในโรงภาพยนตร์ของประเทศไทยครั้งแรกในเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถือเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่ได้รับการกล่าวถึงในสื่อมวลชน และมีรายได้เกินร้อยล้านบาทในธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์แอนิเมชันไทย และยังถูกนำเสนอขายไปยังต่างประเทศอีกด้วย ภาพยนตร์แอนิเมชันดังกล่าวมีการสืบทอดวัฒนธรรมชั้นสูงของไทย และเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของไทยในช่วงเวลานั้น นอกจากนั้น ทศกัณฐ์ยังปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในมิวสิกวิดีโอ ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” ที่จัดทำโดย บัณฑิต ทองดี เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (ยูทูบ) ครั้งแรกเดือนกันยายน พ.ศ. 2559 โดยทศกัณฐ์ในสื่อภาพยนตร์โฆษณา มีการนำรูปแบบโครงรามเกียรติ์ในวัฒนธรรมชั้นสูงมานำเสนอ แต่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาแตกต่างไปจากตัวละครทศกัณฐ์ในโครงรามเกียรติ์ซึ่งถือเป็นศิลปะในวัฒนธรรมชั้นสูง จนได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมช่วงเวลาหนึ่งถึงความเหมาะสมในการนำเสนอบุคลิกลักษณะ อากัปกริยา และกิจกรรมในการดำเนินเรื่องของทศกัณฐ์ที่แตกต่างไปจากตัวละครโขนในวรรณคดีรามเกียรติ์ในวัฒนธรรมชั้นสูง จากปรากฏการณ์ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ทศกัณฐ์เป็นตัวละครที่ได้รับความนิยมในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม และมีความน่าสนใจซึ่งเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้

ภาพที่ 1 แสดงจิตรกรรมฝาผนังรอบพระอุโบสถ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
ตอน ทศกัณฐ์ทรงหอกกบิลพัท



ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/ทศกัณฐ์>

ภาพที่ 2 แสดงนาฏศิลป์โขน ทศกัณฐ์ทรงศร



ที่มา: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/th/2/25/51-12-24-Jatuporn1DLC.jpg>

ภาพที่ 3 แสดงทศกัณฐ์ ในนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ ตอน รามเกียรติ์ปฐมบท



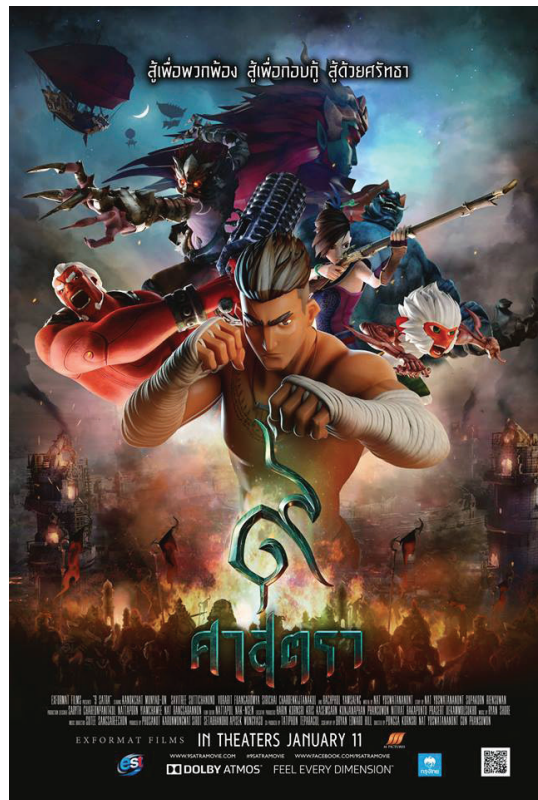
ที่มา: รัตนา คชนาท (2556)

ภาพที่ 4 ทศกัณฐ์-สีดาในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ”



ที่มา: <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/729560>

ภาพที่ 5 ภาพโปสเตอร์ส่งเสริมการตลาดภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง 9 ศาสดา



ที่มา: https://th.wikipedia.org/wiki/9_ศาสดา

ด้วยบุคลิกลักษณะของทศกัณฐ์ที่ปรากฏในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่า สัมพันธบทและการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมของตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมของไทยมีรูปแบบเป็นอย่างไร โดยนำแนวคิดสัมพันธบท (intertextuality) ที่มีหลักการสำคัญ 2 ประการ คือ การคงไว้ซึ่งขนบเดิม (convention) และการสร้างสรรค์ใหม่ (invention) แล้วนำแนวคิดการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridization) อันสืบเนื่องมาจากสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมโลกในฐานะที่เป็นหมู่บ้านโลก (global village) เดียวกัน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาสัมพันธบทและรูปแบบของการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมของตัวละครทศกัณฐ์ที่เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางของข้อเสนอแนะ

เชิงนโยบายในการนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้สร้างสรรค์สื่อใหม่ที่สามารถสืบทอดวัฒนธรรม และมีการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมในขณะเดียวกัน

ปัญหานำวิจัย

สัมพันธบทและการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมตัวละครทศกัณฐ์ ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมของไทยมีรูปแบบเป็นอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

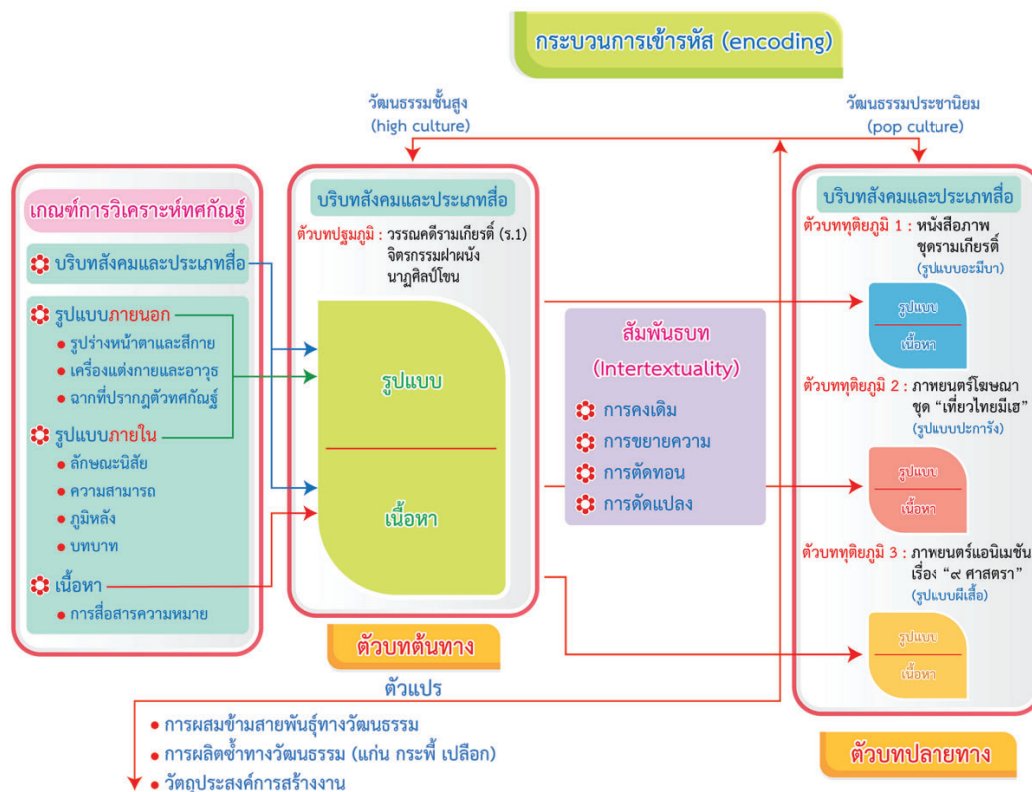
1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและเวลา คือ คัดเลือกสื่อที่มีความโดดเด่นในการนำตัวละครทศกัณฐ์ ในวรรณคดีรามเกียรติ์มาใช้ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2557-2561 โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มของการสร้างสรรค์งานเป็น 2 ตัวบท ตัวบทต้นทาง หรือตัวบทปฐมภูมิ (primary text) ได้แก่ วรรณคดีรามเกียรติ์ บทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1 และศึกษาร่วมกับภาพจิตรกรรมฝาผนังรามเกียรติ์ รอบพระเบญจวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และการแสดงนาฏศิลป์โขน (ตามรูปแบบกรมศิลปากร) และตัวบทปลายทาง หรือตัวบททุติยภูมิ (secondary text) ได้แก่ ตัวบทที่ 1 คือ หนังสือภาพชุดรามเกียรติ์ จำนวน 3 ภาค ได้แก่ ภาคแรก คือ “รามเกียรติ์ ปฐมบท” ภาคที่สอง คือ “รามเกียรติ์ สุ่มหาสงคราม” และภาคสุดท้าย คือ “รามเกียรติ์ อวสานทศกัณฐ์” ผู้เขียน คือ รัตนา คชนาท ส่วนตัวบทที่ 2 คือ ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในมิวสิกวิดีโอ ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” และตัวบทที่ 3 คือ ภาพยนตร์แอนิเมชันแนวแอ็กชัน เรื่อง ๙ ศาสตรา

2. ขอบเขตด้านเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตัวละคร คือ การวิเคราะห์ตัวละครทศกัณฐ์ ทั้งตัวบทต้นทางในบริบทวัฒนธรรมชั้นสูง และตัวบทปลายทางในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม ในด้านรูปแบบและเนื้อหา โดยใช้แนวคิดสัมพันธบท 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 แล้วนำรูปแบบและเนื้อหาที่ได้จากการวิเคราะห์สัมพันธ์มาจำแนกรูปแบบการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมของตัวละครทศกัณฐ์ว่า มีรูปแบบนกแก้ว (parrot pattern) รูปแบบอะมีบา (amoeba pattern) รูปแบบปะการัง (coral pattern) หรือรูปแบบผีเสื้อ (butterfly pattern) ตามลำดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 6 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านวิชาการ เพื่อทำให้มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการศึกษาที่เป็นสหวิทยาการ ทั้งในด้านนิเทศศาสตร์และอักษรศาสตร์ เกิดความเข้าใจองค์ประกอบของการวิเคราะห์สัมพันธ์บทตัวละครทัศนคติในตัววรรณคดีประเภทต่างๆ ทั้งในสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ อีกทั้งมีความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการสื่อสารความหมายจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม ถือเป็นแนวทางในบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์และอักษรศาสตร์เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ทางด้านสื่อและวรรณคดีศึกษา

2. ด้านวิชาชีพ เพื่อเป็นองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการอาชีพในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการผลิตสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมที่มีการนำต้นทุนจากวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลตัวบทต้นทางที่มาจากวัฒนธรรมชั้นสูง เพื่อจะได้ผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ตามหลักวิชาการและการจัดการเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถวางแผนงานในการผลิตสื่อได้อย่างเหมาะสมสามารถนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาปรับใช้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค จนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ได้ต่อไป

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องสัมพันธ์บท (Intertextuality) จูเลีย คริสเตวา (Julia Kristeva อ้างถึงใน อุมพร มะโรณี, 2551) นักวิชาการชาวบัลแกเรีย เป็นผู้ริเริ่มใช้คำว่า “intertextuality” ในแวดวงวิชาการของประเทศฝรั่งเศส โดย อาร์เธอร์ เบอร์กเกอร์ (Arthur Berger อ้างถึงใน อุมพร มะโรณี, 2551) ได้ให้นิยามของสัมพันธ์บทว่า เป็นการใช้หรือสร้างตัวบทใหม่โดยอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวจากตัวบทที่มีอยู่แล้ว กระบวนการสร้างสัมพันธ์ต้องมี “ตัวบทต้นทาง” และ “ตัวบทปลายทาง” สิ่งที่เกิดขึ้นได้จากตัวบทปลายทาง (secondary text)

มักมีร่องรอยจากเนื้อหาเดิม (primary text) โดยเฉพาะการนำเนื้อหาจากสื่อหนึ่ง ไปสู่อีกสื่อหนึ่ง จะต้องมีการดัดแปลงให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อ อาจกล่าวได้ว่า ผู้ประพันธ์และศิลปินในแขนงต่างๆ ได้สร้างสรรค์งานขึ้นมาในสื่อใหม่ โดยมี เนื้อหาที่ผู้รับสารคุ้นเคยในลักษณะ “เหล่าเก่าในชุดใหม่” หรือ “เหล่าใหม่ในชุด เก่า” เกิดจาก “repetition” (convention) ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องการรักษา รูปแบบดั้งเดิมไว้ พร้อมกันนั้นทั้งสองฝ่ายต่างต้องการ “variation” (invention) การสร้างสรรค์ของตัวบทปลายทางใหม่ในเวลาเดียวกัน (อ้างถึงใน อุมพร มะโรณีย์, 2551) ในขณะที่ นพพร ประชากุล (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2553) นักวิชาการยุคหลังสมัยใหม่ ได้ใช้คำว่า “สัมพันธบท” และเรียกตัวบทแรกว่า “ตัวบทต้นทาง” และตัวบทที่ถูกสร้างต่อยอดมาจากตัวบทแรกว่า “ตัวบทปลายทาง” มีการเปลี่ยนแปลงได้หลายรูปแบบ ได้แก่ การขยายความ (extension) การตัดทอน (reduction) และการดัดแปลง (modification) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นที่แพร่หลาย ในหมู่นักวิชาการรุ่นใหม่ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า วรรณคดีรามเกียรติ์และตัวละครในเรื่องมักมีการถ่ายโอนเนื้อหาที่แตกต่าง ไปจากตัวบทต้นทาง เมื่อมีการเล่าเรื่องรามเกียรติ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม โดยแนวคิดสัมพันธบทเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจในการนำมาวิเคราะห์ความ เชื่อมโยงของวรรณคดีในอดีต ที่สามารถส่งอิทธิพลต่อสื่อในวัฒนธรรมประชา นิยมด้วยเวลาและบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถนำมาผลิตซ้ำตาม วัตถุประสงค์การสร้างงาน และผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้แตกต่างกัน

2. แนวคิดวัฒนธรรมประชานิยม เป็นการศึกษาวัฒนธรรมที่อยู่ใน ชีวิตประจำวัน สิ่งสำคัญที่จะทำให้ นักวิชาการด้านวัฒนธรรมให้ความสนใจศึกษา กิจกรรมที่เกิดในชีวิตประจำวันของประชาชน ได้แก่ “ความนิยมของมวลชน” กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดของสังคม ซึ่งสามารถวัดกระแสมความนิยมได้จากยอดจัดจำหน่าย เรตติ้งทางโทรทัศน์ การได้รับการกล่าวถึงมากบนสื่อหรือยอดวิวในยูทูป สำหรับ เกณฑ์ที่ใช้วัดความนิยมในยุคสมัยหนึ่ง มี 4 ประการ ได้แก่ (1) เป็นสิ่งที่ ชื่นชอบ ชื่นชม และยอมรับโดยคนจำนวนมาก (2) เป็นสิ่งที่ถูกมองว่าต่ำชั้น และ ไม่มีคุณค่าหรือไม่มีรสนิยมทางศิลปะ (3) เป็นสิ่งที่ออกแบบมาหรือสร้างขึ้นเพื่อ

ให้คนจำนวนมากชื่นชอบ สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ทางการค้าและบริโภคนิยม และ (4) เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คนและเพื่อพวกเขาเอง และยังสามารถนิยามความหมายของวัฒนธรรมประชาานิยมออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มแรก วัฒนธรรมประชาานิยม คือ สิ่งที่คนยอมรับและชื่นชอบจำนวนมาก กลุ่มที่สอง วัฒนธรรมประชาานิยม คือ สิ่งที่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมชั้นสูง กลุ่มที่สาม วัฒนธรรมประชาานิยม คือ วัฒนธรรมมวลชนจากมุมมองของการผลิตสินค้าตามระบบทุนนิยม เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ดนตรี ภาพยนตร์ ซึ่งมักถูกตีความหมายในลักษณะของการเชื่อมโยงกับการครอบงำจากวัฒนธรรมตะวันตก กลุ่มที่สี่ วัฒนธรรมประชาานิยมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชน เป็นวัฒนธรรมของชาวบ้าน กลุ่มที่ห้า วัฒนธรรมประชาานิยมหมายถึง พื้นที่การต่อสู้ของกลุ่มคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบกับกลุ่มที่มีอำนาจในการครอบงำสังคม และกลุ่มสุดท้าย เป็นกลุ่มที่เกิดจากวัฒนธรรมเมืองโลกของความทันสมัยก่อให้เกิดรูปแบบของวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่บริโภคกันในกลุ่มชนเมืองขนาดใหญ่ (อ้างถึงใน อัมพร จิรัฐติกร, 2559) จากนิยามดังกล่าวเมื่อนำไปศึกษาการสร้างสรรคตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชาานิยม จะพบว่า สัมพันธบทของตัวละครทศกัณฐ์ในวรรณคดีชั้นสูงปรากฏในสื่อวัฒนธรรมประชาานิยมได้หลายรูปแบบ ด้วยเหตุที่วัฒนธรรมประชาานิยมได้หลายเส้นแบ่งวัฒนธรรมชั้นสูงและวัฒนธรรมประชาานิยม และเปิดเสรีให้แก่ผู้เสพในการเลือกรับสื่อวัฒนธรรมตามที่ตนเองต้องการ

3. แนวคิดการวิเคราะห์ตัวละครในด้านรูปแบบและเนื้อหา กุหลาบ มัลลิกะมาส (2521) ได้ให้ความหมายของ “ตัวละคร” คือ ผู้ที่มีหน้าที่บทบาทในเรื่อง ตัวละครในเรื่องจะต้องมีลักษณะเหมือนมนุษย์ มีลักษณะนิสัยที่หลากหลายและสมจริง แต่ไม่ใช่บุคคลที่มีอยู่จริง กลุ่มเป้าหมายที่เสพสื่อเป็นอีกปัจจัยหนึ่งของการสร้างสรรคตัวละครด้วยเช่นกัน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจและทัศนคติที่มีต่อตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชาานิยม ได้แก่ วัย เพศ สังคม วัฒนธรรม ย่อมส่งผลต่อการออกแบบบุคลิกลักษณะตัวละคร เช่น รูปร่าง สีส้ม สีผิว และชื่อของตัวละคร (ชัยพร ม่วงปรารค์, 2559) และองค์ประกอบของการเล่าเรื่องที่สำคัญอีกประการ คือ “ฉาก” ที่มีการนำเสนอตัวละคร

ทศกัณฐ์ในฉบับทันทันทาง และยังคงได้รับการสืบทอดทางวัฒนธรรมให้ปรากฏอยู่ในสื่อวัฒนธรรมประชาานิยมตามประเพณีการเลือกสรร (selective tradition) โดยจากเหตุการณ์สำคัญของตัวละครทศกัณฐ์ในวรรณคดีรามเกียรติ์ ได้แก่ จากที่นำเสนอแนวคิด “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” ฉากแสดงฤทธาานุภาพของทศกัณฐ์ ฉากนำเสนอแนวคิด “ความลุ่มหลงและประพฤติดินในกาม” และฉากนำเสนอแนวคิด “ทศกัณฐ์กลายเป็นตัวตลก” และการสื่อสารความหมายของตัวละครทศกัณฐ์ เป็นการศึกษาเนื้อหาเพื่อหาสิ่งที่ผู้เขียนต้องการสื่อไปยังผู้อ่านหรือผู้ชม เนื้อหาของเรื่องเล่าที่แตกต่างกันย่อมมีการสื่อสารความหมายที่เป็นแก่นของเรื่องแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้สร้างงาน และประเภทของสื่อที่อยู่ในบริบทสังคมวัฒนธรรมประชาานิยม

4. แนวคิดการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Hybridization) เป็นการปรับตัวหรือผสมผสานของวัฒนธรรมโลกและท้องถิ่นเข้าด้วยกัน และได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม โฮมี บาบา (Homi Bhabha อ้างถึงใน ชลนรี กล่อมใจ, 2559) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า “ทุกวัฒนธรรมล้วนมีการข้ามสายพันธุ์ทั้งสิ้น” มีหลักการสำคัญ 2 ประการ คือ วัฒนธรรมทั้งหลายในโลกจะยังยืนอยู่ได้ด้วยลักษณะของความเป็นพลวัต (dynamic) โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา และเส้นทางการพบกันระหว่างวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นต้องเป็นแบบ “ซึ่งกันและกัน” และแนวคิดของ พอล เอส. เอ็น. ลี (Paul S. N. Lee อ้างถึงใน ชลนรี กล่อมใจ, 2559) ได้จำแนกรูปแบบการผสมผสานกันของวัฒนธรรมโลกและความเป็นท้องถิ่นออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบนกแก้ว (parrot pattern) คือ การรับเอาทั้งเนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมโลกมาใช้แบบตรงๆ (2) รูปแบบอะมีบา (amoeba pattern) คือ การรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศมาใช้โดยดัดแปลงรูปแบบให้เข้ากับรสนิยมท้องถิ่น แต่ยังคงเนื้อหาภายในไว้ (3) รูปแบบปะการัง (coral pattern) คือ การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้เฉพาะรูปแบบ แต่เนื้อหาได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว และ (4) รูปแบบผีเสื้อ (butterfly pattern) คือ การเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและเนื้อหาจากฉบับทันทันทาง

5. แนวคิดอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ตามทัศนะของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School) และสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คือ กระบวนการผลิตวัฒนธรรมอย่างเป็นอุตสาหกรรม และทำเป็นธุรกิจการค้าในระบอบสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ ส่งผลให้ผลงานวัฒนธรรมที่ออกมามีลักษณะ 3 ประการ คือ มีลักษณะเป็นสินค้า มีมาตรฐานเดียวกันหมด มีปริมาณมากมายมหาศาล และได้แสดงความคิดเห็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง “วัฒนธรรม” กับ “อุดมการณ์” และ “วัฒนธรรม” กับ “การสื่อสาร” ไว้ว่า ด้านหนึ่งวัฒนธรรมเป็นวิถีของการผลิตซ้ำอุดมการณ์และการครอบงำอุดมการณ์ แต่อีกด้านหนึ่งเป็นแหล่งผลิตซ้ำอุดมการณ์ต่อต้านทุนนิยม โดย ธีโอดอร์ อะดอร์โน (Theodor Adorno อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) นักคิดจากสำนักแฟรงค์เฟิร์ต ได้กล่าวว่า “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมทำลายทั้งลักษณะจริงจังของวัฒนธรรมชั้นสูง และลักษณะกบฏของวัฒนธรรมชั้นล่างให้หมดไป จนกลายเป็นวัฒนธรรมเชื่องๆ” ดังนั้น อะดอร์โนจึงใช้เกณฑ์ด้านสุนทรียะในการประเมินคุณค่าสื่อที่ผลิตขึ้นในวัฒนธรรมประชานิยม และแบ่งวัฒนธรรมเป็นชั้นสูง ชั้นกลาง และชั้นต่ำ และเลือกที่จะปกป้องวัฒนธรรมชั้นสูง และประเมินคุณค่าของสื่อในวัฒนธรรมประชานิยมว่าต่ำกว่า เพราะถือว่าเป็นวัฒนธรรมทุนนิยมหรือวัฒนธรรมมวลชน ในขณะที่ วอลเทอร์ เบเนจามิน (Walter Benjamin อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) กลับมองอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไปในทางบวก โดยเชื่อว่า “ประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม” (cultural democracy) ควรเกิดขึ้น และได้รับการยอมรับ การผลิตซ้ำจึงเป็นการนำศิลปะออกจากสังคมชั้นสูงและทำให้ศิลปะได้เข้าถึงทุกคนทุกชนชั้น และเกิดการตีความหมายศิลปะที่หลากหลาย ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถือเป็นแนวคิดพื้นฐานที่ส่งอิทธิพลให้แก่ นักคิดของสำนักเบอร์มิงแฮม ในเวลาต่อมา ในเรื่องของการยกเลิกการแบ่งแยกวัฒนธรรมออกเป็นสูง-ต่ำ คือ ไม่มีวัฒนธรรมชั้นสูงหรือวัฒนธรรมชั้นล่าง และเชื่อว่า ในแต่ละวัฒนธรรมจะมีการแสดงออกที่หลากหลาย ซึ่งผันแปรไปตามการก่อรูปทางสังคมและบริบททางประวัติศาสตร์ นอกจากนั้น กระบวนการส่งผ่านความรู้ ซึ่งเป็นมรดกทาง

วัฒนธรรมที่คนรุ่นต่อไปกระทำ จะมีลักษณะเป็น “active intervention” กล่าวคือ การรับมาและดัดแปลงไปพร้อมๆ กัน

ส่วนแนวคิดการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดทางวัฒนธรรมของ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) นักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮม ได้ใช้เกณฑ์ในการแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ (lived culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่มีการบันทึกไว้ (recorded culture) และเป็นส่วนหนึ่งของประเพณี การเลือกสรร (selective tradition) ซึ่งมักมีผลประโยชน์ทางชนชั้น สนุนทรียะ และเศรษฐกิจการเมืองแอบแฝงอยู่เสมอ และจะมีการตีความหมายใหม่ให้กับ วัฒนธรรมที่จะถูกบันทึกไว้เสมอ ส่วนแนวคิด เรื่อง “โครงสร้างแห่งความรู้สึก” (structure of feeling) คือ ความรู้สึกร่วมกันที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มที่สามารถสื่อสารได้ในระดับจิตใต้สำนึกและอุดมการณ์ และสะท้อนให้เห็นแบบแผนทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม เมื่อผลิตสิ่งใดขึ้นมาแล้ว จำเป็นต้องมีการผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอดอยู่เสมอ จึงเป็นหลักประกันความต่อเนื่องยืนยาวของสิ่งนั้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง สัมพันธบทและการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมของไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้กระบวนการ (process) จึงให้ความสำคัญกับการตีความ (interpretation) การหาความหมาย (meaning) ของพฤติกรรม ปรัชญาการณ หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน มีเครื่องมือหลัก คือ การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) โดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์ “เนื้อหาของสาร” (message) โดยใช้แนวคิดสัมพันธบท (intertextuality) ในการวิเคราะห์ทศกัณฐ์ในวัฒนธรรมประชานิยม และใช้ตัวบทต้นทางจากวัฒนธรรมชั้นสูงตามขอบเขตของการวิจัยดังกล่าวข้างต้น มาวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่เป็นกรณีศึกษาว่า มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาในลักษณะใด ร่วมกับการวิเคราะห์ตัวละครและฉากต่างๆ ผ่านกระบวนการเล่าเรื่องตาม

ลักษณะประเภทสื่อ และการสื่อสารความหมายตัวละครทศกัณฐ์ที่มีความแตกต่างกันอย่างไร หลังจากนั้น นำรูปแบบและเนื้อหาที่เกิดจากการดัดแปลงตามแนวคิดสัมพันธบทมาจำแนกรูปแบบการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมของตัวละครทศกัณฐ์ในสื่อวัฒนธรรม ประชาานิยมว่า มีรูปแบบนกแก้ว รูปแบบอะมีบา รูปแบบปะการัง หรือรูปแบบผีเสื้อ ตามลำดับ

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมมีสัมพันธบทกับตัวบทต้นทางทั้งรูปแบบและเนื้อหาแตกต่างตามประเภทสื่อ บริบททางสังคม และวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์ของผู้สร้างงาน ดังนี้

1) การคงเดิม (Convention)

นิยายภาพ ภาพยนตร์โฆษณา และภาพยนตร์แอนิเมชัน สามารถรักษาสัมพันธบทคงเดิมของรูปแบบภายนอกที่เป็นลักษณะเด่นของตัวละครทศกัณฐ์ได้แก่ มีเขี้ยว กายสีเขียว และบทบาทกษัตริย์ เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้รับสารอย่างรวดเร็วไปสู่ตัวบทต้นทาง ส่วนการสื่อสารความหมายของนิยายภาพและภาพยนตร์แอนิเมชันยังรักษาสัมพันธบทคงเดิม คือ ทศกัณฐ์เป็นตัวแทนฝ่ายอธรรมและความชั่วร้าย ในขณะที่ภาพยนตร์โฆษณาได้สื่อสารความหมายใหม่ให้ทศกัณฐ์แตกต่างไปจากตัวบทต้นทาง

2) การขยายความ (Extension)

ทศกัณฐ์ในตัวแทนปลายทางของทุกสื่อไม่สามารถขยายความเรื่องราวเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์ออกมาจากตัวบทต้นทางได้ ด้วยวัตถุประสงค์การสร้างงานและคุณลักษณะสื่อที่จำกัดเวลาในการนำเสนอแตกต่างกัน

3) การตัดทอน (Reduction)

ทศกัณฐ์ในตัวแทนปลายทางของทุกสื่อได้ตัดทอนรูปแบบภายนอก ด้านรูปร่างหน้าตา ได้แก่ สิบเศียร ยี่สิบกร ร่างใหญ่เท่าภูเขา กายสีทอง เครื่องแต่งกายทรงเครื่องกษัตริย์ และมงกุฎไขยสีเขียว และอาวุธทุกพระหัตถ์ ตามความเหมาะสมของประเภทสื่อ ในนิยายภาพได้ลดจำนวนเศียรและกร แต่เมื่อมีการขยายร่าง

ให้ใหญ่ขึ้น จะมีการเพิ่มจำนวนเศียรและกรให้แกทศกัณฐ์ เพื่อให้สามารถแสดง อิทธิฤทธิ์และปาฏิหาริย์ได้ และสร้างรูปร่างที่มีกล้ามเนื้อแบบอเมริกันซูเปอร์ฮีโร่ เพื่อให้กลุ่มผู้รับสารที่เป็นเด็กเพศชายชื่นชอบ ส่วนอาวุธสำคัญของทศกัณฐ์ได้ ตัดทอนให้คงไว้เพียงแต่ธนูศรและจักรเท่านั้น ส่วนภาพยนตร์โฆษณาตัวละครโขน ทศกัณฐ์ตัดทอนรูปแบบภายนอก โดยลดความวิจิตรของเครื่องแต่งกายลง และ อาวุธคงไว้แต่ “ธนูศร” เพื่อสื่อความหมายว่า เป็นเครื่องใช้สอยของทศกัณฐ์ใน การเดินทางท่องเที่ยว และตัดทอนบทบาทของบิดาและสามีออกไป คงเหลือแต่ บทบาทของกษัตริย์ และเพิ่มบทบาทนักท่องเที่ยวกว่าตัวละครทศกัณฐ์ ในขณะที่ ภาพยนตร์แอนิเมชันมีการตัดทอนบทบาทบิดาและสามี และคงไว้แต่บทบาท กษัตริย์ยักษ์ที่ชั่วร้ายที่จะช่วงชิงราชบัลลังก์จากองค์รัชทายาทแห่งรามเทพนคร

4) การดัดแปลง (Modification)

นิยายภาพได้ดัดแปลงการวาดลายเส้นโครงสร้างตัวละครทศกัณฐ์ให้ แตกต่างจากตัวบทต้นทาง โดยรูปแบบภายนอกที่สังเกตได้ชัด คือ โครงสร้าง มัดกล้ามเนื้อของร่างกายทศกัณฐ์ที่มีการรับเอารูปแบบจากตะวันตกมาใช้ เพื่อ ให้เกิดความร่วมมือสมัยกับตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ในสื่อการ์ตูนต่างๆ ในปัจจุบัน และ ดัดแปลงลักษณะนิสัยในบทบาทของบิดา ให้เป็นบิดาที่รักและห่วงใยลูกนำเสนอ ผ่านภาพความสัมพันธ์ระหว่างทศกัณฐ์และลูกชายในนิยายภาพ (ดูภาพที่ 8)

ภาพที่ 7 แสดงกำเนิดทศกัณฐ์ (หนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์)



ที่มา: รัตนา คชนาท (2556)

ภาพที่ 8 แสดงทศกัณฐ์เสียใจต่อการตายของอินทรชิต ลูกชายที่ออกรบเพื่อทำสงครามระหว่างวงศ์ยักษ์ และวงศ์พระราม



ที่มา: รัตนา คชนาท (2557)

หนังสือนิยายภาพยังใช้สื่อเสริมด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (augmented reality) ให้ตัวละครเอก เช่น พระราม หนุมาน และทศกัณฐ์ สร้างความเพลิดเพลินประกอบการอ่านเป็นสื่อเคลื่อนไหว 3 มิติ ผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR-Code) สอดคล้องกับวัฒนธรรมการอ่านในยุคปัจจุบัน ซึ่งเน้นการสื่อสารด้วยภาพมากกว่าภาษาเขียน (visual culture) แต่ก็ยังคงสามารถสืบทอดเนื้อหา และการสื่อความหมายจากตัวบทต้นทางมาได้อย่างครบถ้วน ส่งผลให้หนังสือนิยายภาพชุดดังกล่าวได้รับรางวัลหนังสือนิยายภาพชุดดีเด่นสำหรับเด็กจากสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ

ลำดับถัดไป ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางยูทูบ แสดงให้เห็นว่า บริบททางสังคมและประเภทสื่อออนไลน์ส่งผลให้มีการดัดแปลงรูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อความหมายอย่างมีพลวัต ด้วยลักษณะประเภทสื่อออนไลน์ต้องมีความกระชับ และจบภายในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นจึงต้องมี

โครงสร้างการเล่าเรื่องหลักเพียงหนึ่งประเด็น คือ การเชิญชวนให้คนไทยเที่ยวเมืองไทย การสร้างตัวละครทศกัณฐ์จึงจำเป็นต้องดัดแปลงบทบาท อุปนิสัย และฉากให้สอดคล้องกับโครงเรื่องหลักที่สร้างขึ้นใหม่ และประกอบกับรสนิยมของผู้รับสารในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยกลุ่มเป้าหมายของภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์ทางยูทูปมีหลากหลายวัย และมีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาต้องพิจารณาและศึกษาความเหมาะสมในการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นวัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมโลก เพื่อไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งกับกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมต่อต้านการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของทศกัณฐ์ และสื่อสารความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากตัวบทต้นทาง

ภาพที่ 9 ฉากทศกัณฐ์หยอดขนมครก (ฉากที่ถูกตัดออกจากภาพยนตร์โฆษณา)



ที่มา: 2<https://www.thairath.co.th/content/731540>

ลำดับสุดท้าย ภาพยนตร์แอนิเมชันได้ดัดแปลงรูปแบบภายนอก เครื่องแต่งกาย และอาวุธแตกต่างไปจากตัวบทต้นทาง โดยได้รับอิทธิพลจากการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม ตัวละครทศกัณฐ์จึงมีทั้งลักษณะความเป็นไทยและสากลร่วมกัน และมีอาวุธเป็นกระบองไฟ แตกต่างจากตัวบทต้นทางซึ่งทศกัณฐ์จะมีธนูศรและจักรเป็นอาวุธประจำตัว ส่วนแนวคิดฉาก มีการสร้างฉากสอดคล้องกับโครงสร้างการเล่าเรื่องใหม่ ฉากที่สำคัญของภาพยนตร์แอนิเมชัน คือ รามเทพนคร อันเป็นสถานที่หลักในการดำเนินเรื่องและตัวละครทศกัณฐ์หรือเทหะยักษาปรากฏอยู่ตลอดทั้งเรื่อง นอกจากนั้น ยังมีการนำวัฒนธรรมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสานในการเล่าเรื่อง องค์ประกอบด้านตัวละครต่างๆ มีความหลากหลาย และตัวละครทศกัณฐ์ถือเป็นตัวละครที่ได้รับการดัดแปลงให้ปรากฏอยู่ในฉากที่สอดคล้องกับแก่นแนวคิดหลักของภาพยนตร์แอนิเมชันคือ “ธรรมะย่อมชนะอธรรม”

ภาพยนตร์แอนิเมชันมีพัฒนาการมาจากหนังสือการ์ตูนหรือนิยายภาพที่เล่าเรื่องราวเกียรต์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม กล่าวคือ จากภาพวาดลายเส้นสู่ภาพเคลื่อนไหว ได้แก่ การไม่ใช่โครงสร้างการเล่าเรื่องของรามเกียรต์ตามตัวบทต้นทาง ดังนั้นตัวละครเทหะยักษาจึงเป็นตัวละครที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ และไม่จำเป็นต้องใช้ภูมิหลังของตัวละครทศกัณฐ์จากตัวบทต้นทาง และยังสามารถดัดแปลงเรื่องให้แตกต่างไปจากเดิม โดยการเพิ่มฉากสถานที่ต่างๆ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวประเทศไทย เช่น ฉากการถ่ายทอดการใช้ศิลปะมวยไทย พระพุทธรูป วัด สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย และยังเสริมด้วยศิลปะการแต่งกาย และเครื่องดนตรีของจีน เป็นต้น ส่งผลให้ภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง ๙ ศาสตรา กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีการผสมผสานทั้งวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมโลกได้อย่างน่าสนใจ

ภาพที่ 10 แสดงตัวละครเทหะยักษา จากภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง ๙ ศาตรา



ที่มา: <http://oknation.nationtv.tv/blog/movietalk2/2018/01/14/entry-1>

อย่างไรก็ตาม สัมพันธบทที่เกิดขึ้นกับตัวละครทศกัณฐ์โดยการรับเอาวัฒนธรรมโลกเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดรูปแบบการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridization) ผ่านการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดตัวละครทศกัณฐ์จากรามเกียรติ์ไว้ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1) ทศกัณฐ์รูปแบบอะมีบา (Amoeba Pattern) เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบ แต่คงเนื้อหาเดิมไว้ ปรากฏในหนังสือนิยายภาพชุดรามเกียรติ์ โดยหนังสือนิยายภาพได้นำวรรณคดีรามเกียรติ์มาเล่าใหม่ด้วยภาพและภาษาร้อยแก้วที่สั้น กระชับ และง่ายต่อการเข้าใจ เพื่อสืบทอดวรรณคดีไทย รูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ รูปแบบภายนอก แต่ยังคงแสดงเอกลักษณ์ที่เป็นแก่นแท้ของทศกัณฐ์ไว้คงเดิม คือ มีเขี้ยว กายสีเขียว ทรงเครื่องกษัตริย์ และสวมมงกุฎไชยตามตัวบทต้นทางในวัฒนธรรมชั้นสูง ส่วนการวาดลายเส้นตัวละครทศกัณฐ์ให้มีรูปร่างคล้ายกับยักษ์ผสมซูเปอร์ฮีโร่ตามแบบการ์ตูนแอนิเมชันอเมริกัน เครื่องแต่งกาย และฉากที่แตกต่างไปจากตัวบทต้นทาง ถือเป็นการผสมผสานรูปแบบความเป็นไทยและตะวันตกเข้าด้วยกัน ส่วนรูปแบบภายในที่เป็นแก่นหลัก

ได้แก่ นิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง และบทบาทของตัวละครทศกัณฐ์ตามตัวบทต้นทาง คือ ราชาแห่งยักษ์ ดุตัน น่าเกรงขาม แต่มากด้วยกามารมณ์ ยังคงรักษาสัมพันธบทไว้ตามตัวบทต้นทาง เพื่อสื่อสารความหมายเดิมที่กล่าวถึงทศกัณฐ์เป็นตัวแทน “ฝ่ายอธรรม ความชั่วร้าย ความเจ้าชู้ และผิดหวังในความรัก” สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักที่ผลิตขึ้นเพื่อสืบทอดวรรณคดี และมุ่งสอนและปลูกฝังบรรทัดฐานด้านคุณธรรมศีลธรรมในเรื่อง “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” ให้แก่เยาวชนในสังคมไทย

2) ทศกัณฐ์รูปแบบปะการัง (Coral Pattern) เป็นการรักษารูปแบบเดิมไว้ แต่เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไป ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา ชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (ยูทูบ) ในปี พ.ศ. 2559 โดยมีวัตถุประสงค์ผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรม แต่มีการใช้ประโยชน์จากตัวละครในทศกัณฐ์ในฐานะเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย ส่งผลให้รูปแบบภายนอกของทศกัณฐ์มีลักษณะเหมือนตัวบทต้นทางในวัฒนธรรมชั้นสูง คือ มีเขี้ยว กายสีเขียว ทรงเครื่องกษัตริย์ และสวมมงกุฎไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ของผู้รับสารที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างรวดเร็ว แต่ส่วนรูปแบบภายในที่เป็นแก่นหลักได้แก่ นิสัย ความสามารถ ภูมิหลัง และบทบาทของตัวละครทศกัณฐ์ตามตัวบทต้นทาง คือ ราชาแห่งยักษ์ ดุตัน น่าเกรงขาม แต่มากด้วยกามารมณ์ ได้ถูกดัดแปลงไปตามเนื้อหาที่สร้างขึ้นใหม่ตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้างงาน เช่น ภาพยนตร์โฆษณากำหนดให้ตัวละครในทศกัณฐ์แสดงอากัปกิริยาเหมือนนักท่องเที่ยวอยู่ในฉากสถานการณ์การเดินทางต่างๆ เช่น ชีมน้า ชีจกรยาน ขับมอเตอร์ไซด์ และหยอดขนมครก ประกอบเพลงของภาพยนตร์โฆษณา “เที่ยวไทยมีเฮ” ซึ่งถือเป็นการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมที่มีการนำตัวละครจากวัฒนธรรมชั้นสูง (local form) มาใส่ในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยว (global content) ส่งผลให้เกิดการปะทะกันทางวัฒนธรรม และมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์การนำตัวละครในมาไว้ในบทบาทที่ไม่เหมาะสมกับการเป็นราชาแห่งยักษ์ โดยทศกัณฐ์ถูกสื่อสารความหมายใหม่ที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยและเป็นตัวแทนนักท่องเที่ยว

3) ทศกัณฐ์รูปแบบผีเสื้อ (Butterfly Pattern) เป็นการปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหา ปรากฏในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง ๙ ศาสดา โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดและเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม มีการใช้ประโยชน์จากตัวละครทศกัณฐ์ในฐานะเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย และปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหาของตัวละครทศกัณฐ์ให้มีลักษณะผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับองค์ประกอบของการเล่าเรื่องในภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อสร้างความเป็นสากล รองรับกลุ่มผู้รับสารที่ไม่จำกัดเฉพาะชนชาติใดชนชาติหนึ่ง คงเหลือเพียงแก่นที่โดดเด่นของทศกัณฐ์ คือ มีเขี้ยว กายสีเขียว และบทบาทกษัตริย์ที่ดุร้ายเท่านั้น ส่วนเครื่องแต่งกายและอาวุธซึ่งถือเป็นกระפיสำคัญได้ ถูกดัดแปลงให้มีรูปลักษณะภายนอกผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและความเป็นสากล (การ์ตูนอเมริกัน) จนไม่สามารถอนุมานไปสู่ตัวบทต้นทางได้ หากผู้รับสารไม่มีทุนความรู้เดิมเกี่ยวกับตัวละครทศกัณฐ์จากตัวบทต้นทาง ส่วนรูปแบบภายในที่เป็นแก่นหลัก ได้แก่ นิสย ความสามารถ ภูมิหลัง และบทบาทของตัวละครทศกัณฐ์ คงไว้เพียงราชาแห่งยักษ์ ดุคติน น่าเกรงขาม แต่ตัดทอนด้านความเจ้าชู้ และความรักออกไป เพื่อสื่อสารความหมายหลักประการเดียว คือ เทหะยักษ์เป็นตัวแทน “ฝ่ายอธรรม และความชั่วร้าย” ที่ต่อสู้กับทหารของพระราช

อภิปรายผลการวิจัย

ผลสรุปจากการวิจัยในครั้งนี้ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้หลายประการ ดังนี้

1) สัมพันธบททศกัณฐ์จากวัฒนธรรมชั้นสูงที่มีการดัดแปลงผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบอะมีบาและรูปแบบผีเสื้อ ได้รับความสำเร็จในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมประชานิยมมากกว่ารูปแบบปะการัง โดยรูปแบบปะการังจำเป็นต้องพิจารณากระบวนการผลิตทั้งรูปแบบและเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย ซึ่งมีการประเมินคุณค่าของการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในบริบทวัฒนธรรม ประชานิยมแตกต่างกัน ข้อจำกัดของการนำตัวละครทศกัณฐ์

รูปแบบปะการังมาใช้ในบริบทวัฒนธรรมประชาานิยม คือ ต้องพิจารณาในเรื่องของการนำรูปแบบทัศนัฏฐ์ที่มีสัมพันธ์กับการแสดงโชนมาใช้ เพราะถือเป็นศิลปะชนชั้นสูงในสังคมไทยที่ได้รับการเชิดชูและยกย่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

2) กลุ่มผู้รับสารในสังคมไทยมีแนวโน้มเป็นแนวอนุรักษ์นิยมมากกว่าเสรีนิยม⁴ และกลุ่มดังกล่าวประเมินคุณค่าและยอมรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาของทัศนัฏฐ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการปรับรูปแบบและเนื้อหาเป็นทัศนัฏฐ์รูปแบบอะมีบา และในภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีการปรับรูปแบบและเนื้อหาเป็นทัศนัฏฐ์รูปแบบผีเสื้อ โดยทั้งสองรูปแบบนี้ยังเป็นพื้นที่สื่อที่ผู้มีอำนาจปกครองในภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษาและองค์กรทางด้านวัฒนธรรมใช้สำหรับธำรงรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมชั้นสูง โดยปรากฏให้เห็นได้จากตัวบทปลายทาง ทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่ยังคงสื่อความหมายปลูกฝังค่านิยมให้ประชาชนตระหนักถึงบทบาทของสถาบันพระมหากษัตริย์และชนชั้นปกครองในการทำหน้าที่ดูแลความสงบสุขของบ้านเมือง ปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม และวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของชาติไว้ตามตัวบทต้นทาง ในขณะที่กลุ่มผู้รับสารที่มีจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมแนวเสรีนิยม สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงทัศนัฏฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชาานิยมทุกรูปแบบ แต่ทัศนัฏฐ์รูปแบบปะการังที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาทางสือยูทูปมีความน่าสนใจ เพราะถือเป็นพื้นที่ของประชาชนหรือนักวิชาชีพด้านการผลิตสือใช้สื่อความหมายทัศนัฏฐ์ที่แตกต่างไปจากตัวบทต้นทางซึ่งอยู่ในวัฒนธรรมชั้นสูง

อย่างไรก็ตาม จากการประเมินคุณค่าทัศนัฏฐ์ในสือวัฒนธรรมประชาานิยมของทั้งสองกลุ่ม เมื่อพิจารณาตามแนวคิดของอะดอร์โน จะกำหนดคุณค่าของสือในวัฒนธรรมประชาานิยมต่ำกว่าสือในวัฒนธรรมชั้นสูง ดังนั้น นิยายภาพ

⁴ กลุ่มผู้รับสารแนวอนุรักษ์นิยมมีลักษณะแสดงจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมที่มุ่งรักษาความเชื่อและคุณค่าแบบเก่า เมื่ออ่านและตีความหมายทัศนัฏฐ์ในสือวัฒนธรรมประชาานิยม มักจะพิจารณาจากตัวบทต้นทางเป็นต้นแบบและตีความหมายตัวบทใหม่ว่า สร้างสรรค์ขึ้นมาได้เหมาะสมหรือไม่ เพราะมักจะผูกโยงตัวบทใหม่เข้ากับตัวบทเก่า ในขณะที่กลุ่มเสรีนิยมแสดงจุดยืนว่า บุคคลมีสิทธิและเสรีภาพเลือกความคิดและความเชื่อแบบใดก็ได้ แต่ต้องไม่ละเมิดเสรีภาพคนอื่น และมีสำนึกในการใช้เสรีภาพเชิงบวก โดยการจำแนกกลุ่มผู้รับสารทั้งสองกลุ่มนี้มาจากผลการวิจัยกลุ่มผู้รับสาร เรื่อง ทัศนัฏฐ์: การสือสารความหมายและสัมพันธ์ในบริบทวัฒนธรรมประชาานิยม ของ ภัทธิยา ศรีสุข (2564)

ภาพยนตร์โฆษณา และภาพยนตร์แอนิเมชันที่นำตัวละครทศกัณฐ์จากรามเกียรติ์มาใช้ จึงไม่สามารถมีคุณค่าได้เทียบเท่าตัวบทต้นทาง สอดคล้องกับแนวคิดกลุ่มผู้รับสารแนวอนุรักษ์นิยมที่พิจารณาคุณค่าสื่อในบริบทวัฒนธรรมประชาานิยมจะต้องมีสัมพันธ์ที่รักษารูปแบบและเนื้อหาที่เป็นแก่นและกระพี้สำคัญของทศกัณฐ์ให้คงเดิม จึงจะได้รับการยอมรับในสังคม แต่ถ้าพิจารณาตามแนวคิดของเบนจามินซึ่งเชื่อว่า ศิลปะชั้นสูงสามารถนำมาผลิตซ้ำ และไม่จำเป็นที่ศิลปะจะต้องมีเพียงหนึ่งเดียว โดยมีจุดยืนที่เรียกว่า “ประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม” (cultural democracy) ดังนั้น การผลิตซ้ำจึงเป็นการนำศิลปะออกจากสังคมชั้นสูงและทำให้ศิลปะได้เข้าถึงทุกชนชั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มที่มีจุดยืนแนวเสรีนิยม แนวคิดดังกล่าวส่งผลให้การผลิตสื่อเพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมสามารถพัฒนาไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะศิลปะชั้นสูงที่นำมาผลิตซ้ำในบริบทวัฒนธรรมประชาานิยม จะได้มีโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงในชีวิตประจำวันและนำไปสู่การตีความหมายใหม่จากผู้รับสาร ซึ่งแตกต่างจากความหมายเดิมที่เจ้าของวัฒนธรรมชั้นสูงได้ตีกรอบไว้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยจากรูปแบบการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมตัวละครทศกัณฐ์ในบริบทวัฒนธรรมประชาานิยม เพื่อหาแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมในการนำตัวละครทศกัณฐ์มาใช้ในสื่อวัฒนธรรมประชาานิยม รูปแบบที่เกิดขึ้นจะเป็นประโยชน์ในด้านวิชาการและวิชาชีพ ดังนี้

1) ด้านวิชาการทางนิเทศศาสตร์และอักษรศาสตร์

งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตจะวิเคราะห์และศึกษาตัวบทวรรณคดีที่ได้รับการดัดแปลงจาวรรณคดีเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น งานวิจัยของ พรพิมตา จันทโรจิติกุล (2553) เรื่อง *หนุมานในหนังสือการ์ตูนไทยในปัจจุบัน* ได้ศึกษาการปรับเปลี่ยนบุคลิกลักษณะและบทบาทของตัวละครหนุมานที่ปรากฏในหนังสือการ์ตูนไทยปัจจุบัน โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับตัวละครหนุมานในบทละครเรื่องรามเกียรติ์

พระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1 และพบว่า ในช่วง พ.ศ. 2547-2551 รามเกียรติ์ ถูกผลิตในรูปแบบการ์ตูนอย่างต่อเนื่อง และมีปริมาณการผลิตจำนวนมากหลายเล่ม สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมในการนำเอาวรรณคดีรามเกียรติ์มาผลิตซ้ำ ซึ่งถือเป็นตัวอย่างที่ดีในการวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหาของการ์ตูนตัวละครหนุมานในสื่อสิ่งพิมพ์ ในขณะที่งานวิจัยของงานวิจัยของ เปรม สอนสมุทร (2547) เรื่อง *ผู้เสกกับการดัดแปลงเนื้อหาตัวละครเรื่องพระอภัยมณีในวัฒนธรรมประชานิยมในช่วงพุทธศักราช 2545-2546* ได้เลือกศึกษาเรื่องพระอภัยมณีที่นำมาผลิตซ้ำในวัฒนธรรมประชานิยมในสื่อต่างๆ เช่น การ์ตูนลายเส้น และภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยใช้แนวคิดด้านวัฒนธรรมศึกษา จากการวิเคราะห์ตัวบทวรรณคดีในสื่อที่แตกต่างกันและผู้รับสาร งานวิจัยได้ข้อสรุปว่า ผู้รับสารมีอิทธิพลต่อการดัดแปลงวรรณกรรมที่เป็นตัวบทดั้งเดิมตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า รูปแบบของการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรมของวรรณกรรมพื้นบ้านมีการดัดแปลงรูปแบบและเนื้อหาเหมือนทศกัณฐ์รูปแบบอะมีบาซึ่งปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์เท่านั้น ดังนั้น ควรมีการศึกษาและวิจัยตัวละครและวรรณคดีรามเกียรติ์ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยมชนิดอื่นๆ ทั้งตัวบทปลายทางและความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อการนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ในสื่อวัฒนธรรมประชานิยม เพื่อเป็นแนวทางของการนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

2) ด้านวิชาชีพผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม

- *กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์* ปัจจุบันผู้ผลิตงานสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการนำตัวบทวรรณคดีรามเกียรติ์มาใช้ มักนิยมเลือกใช้การดัดแปลงในทศกัณฐ์รูปแบบอะมีบา คือ การดัดแปลงเพียงรูปแบบภายนอกของตัวละครและฉากต่างๆ ขึ้นใหม่ และนำเอาเทคโนโลยี AR เข้ามาใช้เป็นสื่อเสริมเพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การดัดแปลงทศกัณฐ์รูปแบบอะมีบามีข้อจำกัดที่สามารถพัฒนารูปแบบและเนื้อหาภายใต้โครงเรื่องเล่าจากตัวบทต้นทางเท่านั้น ในปัจจุบันผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ผลิตซ้ำวรรณคดีรามเกียรติ์ออกจำนวนมากโดยสำนักพิมพ์ต่างๆ และต้องพยายามแสวงหาเอกลักษณ์ในรูปแบบและเนื้อหาของตัวละคร

และวรรณคดีรามเกียรติ์ให้แตกต่างและโดดเด่นจากสำนักพิมพ์อื่นๆ เพื่อเป็นที่ต้องการของผู้อ่านในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดอัตราการแข่งขันสูง ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า เพื่อขยายตลาดการแข่งขันให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์สามารถเป็นสื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ สำนักพิมพ์ควรจะทำวรรณกรรมแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์แบบแท็บเล็ต ประเภทการ์ตูนและชุดนิยายภาพ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าโดยใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ ผู้ผลิตสามารถพัฒนารูปแบบและเนื้อหาบทกวีในรูปแบบอะมีบาไปสู่รูปแบบผีเสื้อ เนื่องจากการผลิตงานสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์ที่นำเอาตัวละครจากวรรณคดีรามเกียรติ์มาเป็นตัวละครเอกของเรื่องในลักษณะนำอนุภาคจากตัวบทต้นทางมาสร้างสรรค์ตัวละครบทกวีในรูปแบบผีเสื้อยังปรากฏอยู่น้อยในสื่อสิ่งพิมพ์ จะส่งผลให้ผู้รับสารที่เป็นเด็กและเยาวชนมีความชื่นชอบและสนใจยิ่งขึ้น เพราะตัวละครสามารถสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาได้มากกว่าบทกวีในรูปแบบอะมีบา

- กลุ่มภาพยนตร์และภาพยนตร์แอนิเมชัน การผลิตภาพยนตร์และภาพยนตร์แอนิเมชัน ถือเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่รัฐบาลให้การสนับสนุน ดังนั้น กระบวนการคิดและผลิตบทกวีในรูปแบบผีเสื้อมีความน่าสนใจ และสมควรได้รับการพัฒนาตัวบทภาพยนตร์แอนิเมชันให้มีความหลากหลายและนำไปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ไม่ได้มีข้อจำกัดในการนำวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ในการผลิตสื่อในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมในรูปแบบผีเสื้อ โดยผู้รับสารที่มีจุดยืนทางด้านอนุรักษ์นิยมเพียงให้ข้อเสนอแนะว่า ให้ผู้ผลิตศึกษาและวิเคราะห์ให้ตัวละคร หรือรูปแบบและเนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ และควรนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาต่อยอดความคิด บทกวีในรูปแบบผีเสื้อมีอิสระในการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า วงการภาพยนตร์แอนิเมชันไทย หากได้รับทุนสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้มีโอกาสนำเสนอและผลิตเนื้อหาโดยภาครัฐบาลเป็นผู้ให้ทุนสนับสนุนหลัก จะเกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเป็นอย่างยิ่ง

- กลุ่มภาพยนตร์โฆษณาและมิวสิกวิดีโอทางสื่อออนไลน์ (ยูทูบ) จากการวิจัยในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า สื่อออนไลน์มีกระบวนการผลิตที่ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าสองประเภทดังกล่าวข้างต้น ในกรณีที่ศึกษาโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวชุด “เที่ยวไทยมีเฮ” ซึ่งนำทัศนักรูปแบบปะการังมาใช้ สิ่งที่ผู้ผลิตสื่อออนไลน์จะต้องใช้ประกอบการพิจารณาสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาในการผลิตสื่อที่ใช้วัฒนธรรมชั้นสูงในสื่อปัจจุบัน กล่าวคือ ในสังคมไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ผู้รับสารที่เป็นแนวอนุรักษ์นิยมยังมีบทบาทและอำนาจในการดูแลและกำกับการผลิตสื่อต่างๆ ที่เผยแพร่ในสังคม ดังนั้น การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในการนำเอาวัฒนธรรมชั้นสูงของชาติมาใช้ จะต้องพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อไม่ให้เกิดข้อขัดแย้ง และนำไปสู่การไม่ยอมรับของหน่วยงานทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นกลุ่มบุคคลที่มีแนวคิดด้านอนุรักษ์นิยมส่วนใหญ่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2553), *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- _____. (2557), *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กุหลาบ มลลิกะมาส (2521), *วรรณคดีวิจารณ์*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลนรี กล่อมใจ (2559), *การสื่อสารความหมายและรสนิยมการบริโภคซูชิในสังคมไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เปรม สอนสมุทร (2547), *ผู้เสพกับการดัดแปลงเนื้อหาตัวละครเรื่องพระอภัยมณีในวัฒนธรรมประชานิยมในช่วงพุทธศักราช 2545-2546*, วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พริมา จันทรโชติกุล (2553), *หนูมานในหนังสือการ์ตูนไทยในปัจจุบัน*, วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทริยา ศรีสุข (2564), *ทัศนักรู: การสื่อสารความหมายและสัมพันธ์ทในบริบทวัฒนธรรมประชานิยม*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รัตนา คชนาท (2556), *รามเกียรติ์ ปฐมบท*, กรุงเทพฯ: ห้องเรียน.
- _____. (2557), *รามเกียรติ์ สู่มหาสงคราม*, กรุงเทพฯ: ห้องเรียน.

อัมพร จิรัฐติกร (2559), “วัฒนธรรมประชานิยม: ความหมายและกระบวนการทัศน์”, *วารสารสังคมศาสตร์*, 28(2): 8-20.

อุมาพร มะโรณีย์ (2551), *สัมพันธบทของการเล่าเรื่องในสื่อการ์ตูน ละครโทรทัศน์ และนวนิยาย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สื่อออนไลน์

ชัยพร ม่วงปรารงค์ (2559), *วัฒนธรรมซูเปอร์ฮีโร่*, ศิลปนิพนธ์ปริญญาศิลปบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2565 จาก <http://www.thapra.lib.su.ac.th>

ไทยรัฐออนไลน์ (2559), *ทำไมต้องดราม่า? ล้วง 5+5 ข้อ MVเที่ยวไทยมีไฮกระหึ่มไซเซี่ยลโดนแบน? ทศกัณฐ์*, สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/729560>

ไทยรัฐออนไลน์ (2559), *วธ.สั่งปรับปรุงเนื้อหา เอ็มวีโปรโมตเที่ยวไทย ทศกัณฐ์แค่ขนมครก ทศกัณฐ์ โฆษณา*, สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.thairath.co.th/content/731540>

วิกิพีเดีย (2561), *9 ศาสดา*, สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2565 จาก https://th.wikipedia.org/wiki/9_ศาสนา

_____. (2563ก), *ทศกัณฐ์*, สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ทศกัณฐ์>

_____. (2563ข), *ทศกัณฐ์*, สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/th/2/25/51-12-24-Jatuporn1DLC.jpg>