

ปัจจัยในการสร้างค่านิยมให้กับ
ซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น (Hormones The Series)

FACTORS CONTRIBUTING TO THE POPULARITY
OF “HORMONES THE SERIES: Wai Wawun”

ชยพล ภูักลั่น^{1*} และ อูรพงศ์ แพทย์คชา²

Choeyaphol Poolklun^{1*} and Urapong Patkachar²

ฝ่ายพัฒนากิจการ สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ^{1*}

คณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ²

Business Development Officer Defence Technology Institute^{1*}

School of Digital Media and Cinematic Arts, Bangkok University²

choeyaphol@gmail.com¹

Received: 2018-10-16

Revised: 2019-08-30

Accepted: 2019-09-26

บทคัดย่อ

นอกจากการพัฒนาเรื่องราว นักแสดง และช่องทางการออกอากาศของซีรีส์ให้ได้รับความนิยมแล้ว ยังมีอีกหลายปัจจัยที่ทำให้ซีรีส์ประสบความสำเร็จ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาในลักษณะการยกระดับแนวคิดและทฤษฎีจากพื้นฐานของการสร้างทฤษฎีสถานะ โดยมีการตั้งวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการสร้างบุคลิกภาพความเป็นปัจเจกให้กับตัวละคร และศึกษาภาพลักษณ์ตัวละครและนักแสดง ซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น จากมุมมองของทีมผลิต นักวิชาการ และกลุ่มผู้ชม ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ตัวละครถูกสร้างจาก “ปัญหา” ที่เป็นประสบการณ์ร่วม และเชื่อมต่อกับสภาพจิตใจของผู้ชม ในช่วง Coming of Age ผ่านสถานที่สำคัญของเรื่อง คือ โรงเรียนนาดาวบางกอก ซึ่งเป็นชื่อเดียวกับบริษัทผู้ผลิต จึงทำให้เกิดความจดจำร่วมกันระหว่าง ภาพลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์เริ่มจากการสร้างภาพลักษณ์ ตัวละคร และผู้ผลิต โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบแนวคิดกระบวนการพัฒนาตัวละครสู่การสร้างภาพลักษณ์นักแสดงจากประสบการณ์ร่วมผ่านภาพลักษณ์ตัวละครและ

การสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละครระหว่างผู้ผลิตและซีรีส์ ซึ่งผู้วิจัยเสนอแนะให้นำไปทดสอบกับซีรีส์อื่น ๆ

คำสำคัญ: นาดาวบางกอก, ฮอโมน วิยว้าวุ่น, ภาพลักษณ์ตัวละคร

ABSTRACT

In addition to the development of story, actors and broadcasting channel of the series to gain in popularity, there were many factors making the series successful. This study was conducted for improvement of the concept and theory based on the grounded theory. The research's objective was to study the building of the individual personality of the characters in the series and the image of the characters and actors of "Hormones The Series: Wai Wawun." According to the research results from the perspective of the production team, scholars, and audiences, It was revealed that the image of characters was created from problems which were shared experiences and connected with the mental state of the audience during the coming-of-age period through the significant place in the story, namely Nadao Bangkok School, which is the same name as the production company. As a result, the shared perception of the unique images was built by commencing the creation of images, characters and producers. In this research, the researchers discovered the concept of the development process of characters which lead to the creation of the image of actors from the shared experiences through the image of the characters and the building of individual personality between the producer and the series, which the researchers recommended that this concept should be examined with other series.

Keywords: Nadao Bangkok, Hormones The Series: Wai Wawun, Image of the characters

บทนำ

หนึ่งในปัจจัยในการสร้างความสำเร็จให้กับซีรีส์ฮอโมน วิยว้าวุ่น คือ การพัฒนาบุคลิกภาพความเป็นปัจเจกและภาพลักษณ์ตัวละคร (Character) พร้อมการพัฒนาภาพลักษณ์

นักแสดงส่งผลให้เกิดมูลค่า (Value) ที่นักแสดงได้รับจากคนที่ไม่เคยรู้จักเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง และเกิดกับทุกตัวละคร โดยมีงานพิธีเซเตอร์ (Presenter) ติดต่อกัน ซึ่งมี

ทั้งงานละคร มิวสิควีดีโอ อีเว้นท์ (Event) ในขณะเดียวกันภาพลักษณ์ของตัวละคร กลายเป็นบุคลิกภาพที่มีลิขสิทธิ์ที่เพิ่มมูลค่าทางการตลาด เป็นที่สนใจของแบรนด์ ในการสื่อสารกับผู้บริโภค เช่น การทำไวรัล มาร์เก็ตติ้ง อย่างไรก็ตามผู้ว่าจ้างต้องแยกระหว่างค่าจ้างนักแสดงเป็นพรินซิเพิลกับค่านาลิขสิทธิ์การนำภาพลักษณ์ตัวละครไปใช้ โดยมีเงื่อนไขว่า จีเอ็มเอ็ม ไท หับ หรือ จีทีเอช เป็นผู้ผลิต เพื่อการควบคุมการใช้ภาพลักษณ์ตัวละครให้ตรงกับงานมากที่สุดและเป็นการให้เกียรติผู้สร้างสรรค์ตัวละคร (Devinburanuwong, 2013) ทั้งหมดนี้เป็นเพราะ บริษัทผู้ผลิตคือบริษัท นาดาวบางกอก จำกัด มีลักษณะธุรกิจคือ “รับจ้างผลิตภาพยนตร์ และให้บริการจัดหานักแสดง” จึงเป็นจุดแข็งบริษัทที่ไม่เหมือนใครโดยมีความเชี่ยวชาญ 2 ด้านนี้ไปพร้อมกัน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยระเบียบวิธีวิจัยคุณภาพด้วยพื้นฐานของการสร้างทฤษฎีสถานราก (Grounded Theory) เพื่อยกระดับแนวคิดและทฤษฎีจากการพัฒนาบุคลิกภาพความเป็นปัจเจกและภาพลักษณ์ตัวละครพร้อมการพัฒนาภาพลักษณ์นักแสดงจากต้นแบบของซีรีส์ฮอริโมน วัยว้าวุ่น

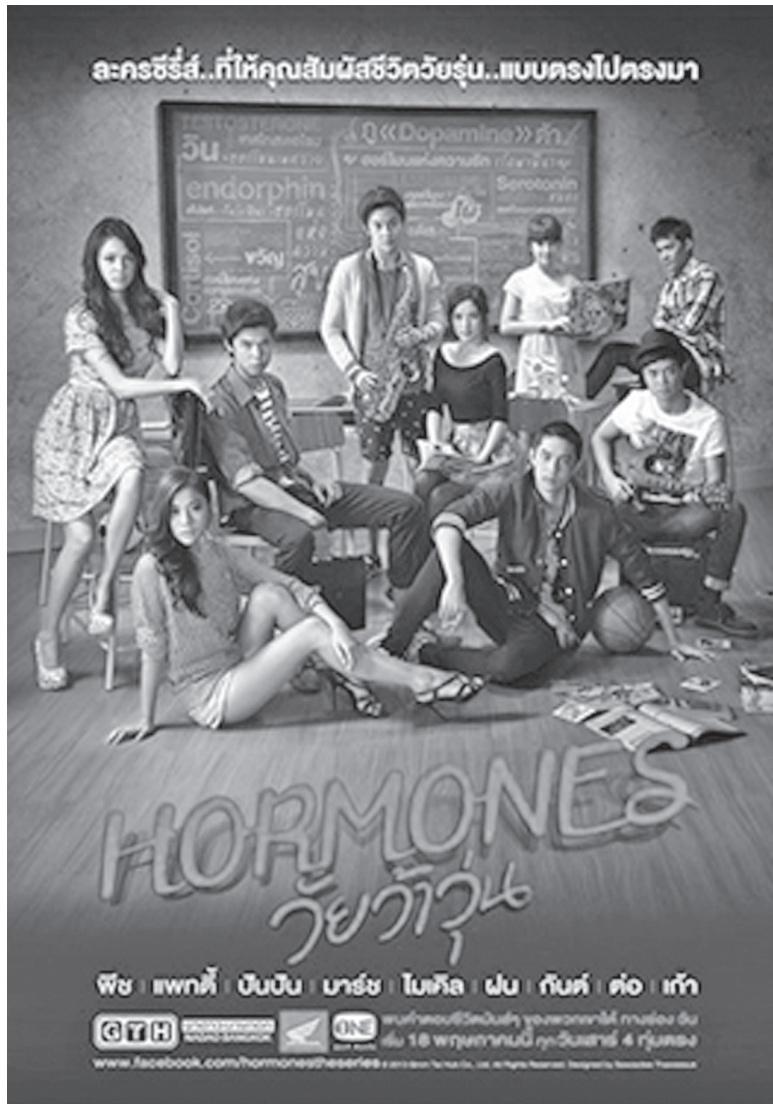
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างบุคลิกภาพความเป็นปัจเจกให้กับตัวละคร ซีรีส์ฮอริโมน วัยว้าวุ่น

2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตัวละครและนักแสดง ซีรีส์ฮอริโมน วัยว้าวุ่น

นิยามศัพท์

ซีรีส์ฮอริโมน วัยว้าวุ่น เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทละครชุด ออกอากาศระหว่าง พ.ศ.2556 - 2558 รวม 3 ฤดูกาล ออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มของสื่อใหม่คือ ทีวี่ดาวเทียม ช่อง ONE รวมทั้งแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เช่น AIS Play และ Line TV วัดได้จากกระแสดูตอบรับ ของผู้ชมรับชมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่ยอดคนชมตอนที่ 1 มากถึง 13 ล้านครั้งของการรับชม (views) และแต่ละตอนก็มียอดสูงถึงกว่า 6 ล้านครั้งของการรับชม (Kongkasuriyachay, 2015) ซึ่งมีตัวละครหลัก 9 ตัวในฤดูกาลแรก เรื่องราวส่วนใหญ่เกิดขึ้นที่โรงเรียนนาดาวบางกอก ตัวละครทุกตัวอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งทุกตัวละครหลักจะปรากฏตัวทุกฤดูกาล โดยแต่ละตอนจะมุ่งเน้นไปที่ตัวละครหนึ่ง หรือ ตัวละครสองสามตัวพร้อมกับปัญหาที่พวกเขาพบเจอ หลังจากทีฤดูกาลแรก ทีมงานผู้สร้างได้เปิดตัวโครงการ Hormones The Next Gen ขึ้น เพื่อค้นหานักแสดงหน้าใหม่เพื่อมารับบทสมทบในฤดูกาลที่ 2 และเตรียมขึ้นเป็นนักแสดงหลักกลุ่มใหม่ในซีซั่นต่อไป โดยได้จำนวนนักแสดงกลุ่มใหม่ทั้งหมด 12 คน โดยใน 12 คนนี้มี 5 คน ที่ได้รับบทสมทบในฤดูกาลที่ 2



ภาพที่ 1 ภาพโปสเตอร์โปรโมทตัวละครหลัก 9 ตัวในฤดูกาลแรก

ที่มา: Hormones วัยว้าวุ่น (Hormones The Series). Retrieved July 12, 2019, from <https://tv.line.me/hormonestheseries>

ภาพลักษณ์ตัวละคร หมายถึง คาแรคเตอร์ สำคัญของคุณสมบัติในความ เป็นมนุษย์ที่สามารถรับรู้ได้ เช่น อายุกับไอคิว เพศกับเรื่องทางเพศ สไตล์การพูดและลักษณะ ท่าทาง เครื่องแต่งกาย การศึกษากับอาชีพ

ชีวิตส่วนตัว ค่านิยมและทัศนคติ ซึ่งลักษณะ ของคุณสมบัติทั้งหมดนี้ ทำให้คาแรคเตอร์ มีเอกลักษณ์พิเศษเพราะแต่ละตัวละคร มีส่วนประกอบของพันธุกรรมและการสะสม ประสบการณ์แตกต่างกัน และลักษณะ

ทั้งหมดที่รวมกันเป็นหนึ่งเดียวกันนี้ จึงถูกนิยามเช่นเดียวกับคำว่า ลักษณะนิสัยตัวละคร (Characterization) (Wiwatsinudom, 2015) ซึ่งเป็นการประกอบสร้าง (Constructionist Approach) ที่เป็นองค์ประกอบร่วมของภาพภายนอก หรือในลักษณะที่เป็นรูปธรรมของตัวละครเท่านั้น ส่งผลต่อภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้พบเห็นมักเกิดจากลักษณะ การกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคคล เช่น เปาบุ้นจิ้นมีภาพลักษณ์ เป็นคนที่ตรง เด็ดขาดและยุติธรรม เป็นต้น (Laovichaya, 2014) ยกตัวอย่างกรณีของตัวละครชื่อ สไปรท์ 1 ในตัวละครหลักในฤดูกาลแรก รับผิดชอบโดย สุภัตสรา ธนชาติ นั้น กล่าวว่า “สไปรท์เป็นตัวละครที่คาแรคเตอร์ค่อนข้างแรง มองความรัก และการมีเซ็กส์เป็นเรื่องปกติ ซึ่งตอนแรกทีมงานกังวลว่าอาจโดนแอนตี้ (Anti)” (Devinburanu Wong, 2013)

การสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละคร เป็นเรื่องของการประกอบสร้าง (Constructionist Approach) ที่เป็นองค์ประกอบร่วมของภาพภายนอก หรือในลักษณะที่เป็นรูปธรรม โดยนักแสดงเป็นผู้นำเสนอ มีความเชื่อมโยงระหว่างนักแสดงกับตัวละคร ยกตัวอย่างกรณีของตัวละคร ชื่อ สไปรท์ ต่อจากนิยามที่ผ่านมานั้น อาจติดไปกับภาพลักษณ์ของนักแสดง ซึ่งอาจส่งผลทั้งบวกและลบต่อนักแสดง

แนวคิดการวิจัย

แนวคิดการสร้างตัวละคร

กระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสื่อเปรียบผู้รับสาร (Receiver) หรือผู้ชม (Relate)

เป็นผู้บริโภค (Consumer) และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ชัดเจน ในขณะที่ผู้ส่งสาร (Source) อยู่ในสถานะของผู้ผลิตแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าข้อมูลข่าวสารและสินค้าวัฒนธรรม (Information and cultural commodity) (Siriyuwassak, 2007) ที่ถูกสร้างบุคลิก (Character Building) ให้โดดเด่นในใจผู้บริโภค เปรียบเสมือนการสร้างบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) (Ratananda & Sripanya, 2012), ภายใต้โครงการพื้นฐาน คือการพยายามสร้าง “ความเป็นมนุษย์” ให้กับตัวละคร (Wiwatsinudom, 2015)

เฮนรี เจมส์ นักประพันธ์ชาวอเมริกา กล่าวว่า ตัวละคร คือ สิ่ง que เชื่อมโยงเหตุการณ์ และเหตุการณ์ คือสิ่งที่ทำให้ตัวละครมีความชัดเจนขึ้น (Wiwatsinudom, 2015) โดยจุดเริ่มต้นของการสร้างตัวละครนั้น ผู้สร้างตัวละครต้องเปิดรับแรงบันดาลใจได้จากหลายแหล่ง เช่น ใช้เพื่อนหรือคนรู้จักเป็นต้นแบบ ซึ่งวิธีการสร้างตัวละครที่ได้ผลดีที่สุด คือ เริ่มจากสิ่งที่ผู้สร้างรู้หรือเคยมีประสบการณ์ โดยใช้การ “จินตนาการ” ซึ่งตัวละครทุกตัวต้องมีรายละเอียดด้านลึกของตัวละคร เพื่อเพิ่มให้ตัวละครมีมิติที่หลากหลาย (Palitponkanpim, 2013) โดยมีมิติของตัวละคร ประกอบด้วย

1. ความต้องการ (Dramatic Need) หมายถึง สิ่งที่ตัวละครต้องการหรืออยากเอาชนะหรือบรรลุความสำเร็จในเนื้อหาของบทภาพยนตร์ เปรียบเสมือนเป้าหมายของตัวละคร (Character's Goal) ส่งผลให้ผู้ชมติดตามว่าตัวละครจะสามารถฝ่าฟันอุปสรรคเหล่านั้นไปได้ได้อย่างไร

2. มุมมอง (Point of View) คือ วิธีที่ตัวละครมองโลก ซึ่งตัวละครที่ดีมักแสดงมุมมองของตนเองอย่างชัดเจน

3. การเปลี่ยนแปลง (Change) คือ การเปลี่ยนแปลงในตัวละครตั้งแต่แรกเริ่มไปจนจบ ตัวละครมีความเปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือไม่ ถ้ามีความเปลี่ยนแปลงของตัวละครเปลี่ยนแปลงอย่างไร

ส่วนประกอบชีวิตของตัวละคร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (Wiwatsinudom, 2015) ดังนี้

1. ชีวิตภายในของตัวละคร เป็นส่วนที่มองไม่เห็น เป็นการกระทำพื้นเพเดิม (Background) ของตัวละคร เริ่มจากชีวิตตั้งแต่เกิดจนกระทั่งถึงจุดที่เริ่มเรื่อง หรือเรียกว่า Backstory เป็นปูมหลังทางจิตวิทยามีประโยชน์สำหรับผู้สร้างในฐานะข้อมูลเบื้องหลังที่ช่วยให้ผู้สร้างสามารถจินตนาการชีวิตและตัวตนของตัวละครได้อย่างสมจริง จนนำไปสู่ความเชื่อ ความผูกพัน และความรู้สึกเข้าถึงได้ เพราะตัวละครไม่ได้เป็นเพียงองค์ประกอบที่เคลื่อนไหวอย่างแบนราบ แต่ทว่าเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีทั้ง “มิติด้านลึก” และ “พัฒนาการ ความขัดแย้ง ความเปลี่ยนแปลง” อย่างน่าสนใจ (Palitponkanpim, 2013)

2. ชีวิตภายนอก เป็นส่วนที่สามารถมองเห็นการกระทำของตัวละครได้ เป็นการกระทำของตัวละคร ที่เผยให้เห็นลักษณะนิสัยของตัวละครต่อเนื้อเรื่องไปจนถึงบทสรุปของเรื่อง ซึ่งเป็นกระบวนการเผยให้เห็นลักษณะนิสัยตัวละคร

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์นักแสดง

ภาพลักษณ์ อาจนิยามอีกนัยว่าเป็นภาพแทน (Representation) คือ ผลผลิตความหมายของสิ่งที่คิด (concept) ในสมอง เชื่อมโยงระหว่าง ความคิด และ ภาษา (Laohathaiwanich, 2003)

Wongyannawa, (1995) กล่าวว่า การนำเสนอใหม่ (re-presentation) ไม่ได้เอาสรรพสิ่งทั้งหลายทั้งที่มีอยู่ในความเป็นจริงมานำเสนอให้ประจักษ์ เพราะเชื่อว่าทุกคนจะสามารถมีประสบการณ์โดยตรงกับสิ่งต่าง ๆ ได้ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์นักแสดง เป็นเรื่องของ การประกอบสร้าง (Constructionist Approach) ที่เป็นองค์ประกอบร่วมของภาพภายนอก หรือในลักษณะที่เป็นรูปธรรม โดยนักแสดงเป็นผู้นำเสนอ เช่น การแสดงออกด้วยการใช้น้ำเสียง การถ่ายทอดสู่ผู้ชมซึ่งจัดเป็นลักษณะของการประกอบสร้างร่วมกันของทีมงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ต้องพิจารณาเรื่องของ หน้าตา รูปร่าง และนิสัย ซึ่งหากรูปร่างหน้าตาดีแต่นิสัยไม่ดีก็จะประกอบสร้างผลงานลำบาก สำหรับนักแสดงรุ่นใหม่ก็สามารถวางตัวและแต่งตัวให้ดูดีขึ้นกว่าในอดีต เพราะมีปัจจัยแวดล้อมอำนวยความสะดวกรวมถึงความเหมาะสมกับบุคลิกของแต่ละคน เช่น โครงสร้าง รูปร่าง หน้าตาสามารถแก้ไขด้วยการทำศัลยกรรม (Nuchnomboon, 2016) ซึ่งประกอบปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ (Pisitmukda, 2017) ได้แก่

1. นักแสดงต้องมีเอกลักษณ์ของคาแรคเตอร์ที่ชัดเจนเป็นธรรมชาติเหมาะสมกับช่วงวัย รู้จักจุดเด่นและเรียนรู้จุดด้อยผ่านกระบวนการสร้างและพัฒนาศักยภาพความสามารถของนักแสดงให้เหมาะสมกับบทบาท คาแรคเตอร์ สินค้า บริการ สื่อการนำเสนอและเวลา

2. ตอบสนองให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ทั้งผู้ว่าจ้างงาน ผู้ผลิตสื่อและการบริการและกลุ่มเป้าหมายแฟนคลับที่หลากหลาย

3. การต่อยอดทางการตลาดในเรื่องของผลงานและธุรกิจของนักแสดง เพื่อเป็นการรักษาและต่อยอด บุคลิก ภาพลักษณ์และแบรนด์ของนักแสดงให้ชัดเจนเกิดความน่าเชื่อถือได้รับการยอมรับในสังคมเพิ่มมากขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบรวมหรือแบบผสมผสาน (Combination or Mixed Purposeful Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่ใช้กลยุทธ์ตั้งแต่ 2 กลยุทธ์ขึ้นไป ประกอบด้วย การเลือกตัวอย่างแบบก้อนหิมะหรือแบบลูกโซ่ (Snowball or Chain Sampling) โดยการเริ่มจากการค้นหาตัวอย่างที่ตรงกับเกณฑ์ในการวิจัยคล้าย ๆ กับการถามว่า “ใครมีความรู้ในเรื่อง.....มากที่สุด” (suthiwasinnon &

pasonont, 2016) และการเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ (Criterion Sampling) โดยพิจารณาเกณฑ์คือ กลุ่มตัวอย่างต้องชมซีรีส์ครบ 3 ฤดูกาลจนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Data Saturation) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มที่ผลิตซีรีส์ฮอโมนวัยวัยรุ่นและนักแสดง จำนวน 5 ท่าน

2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการและบุคลากรด้านการศึกษา ที่ชมซีรีส์ฮอโมนวัยวัยรุ่น ทั้ง 3 ฤดูกาล จำนวน 3 ท่าน

3. กลุ่มผู้ที่ชมซีรีส์ฮอโมน วัยวัยรุ่น ทั้ง 3 ฤดูกาลจำนวน 18 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (List of Questions) มีดังต่อไปนี้

1. คำถามเกี่ยวกับการศึกษา ภาพลักษณ์ตัวละครและนักแสดง ซีรีส์ฮอโมนวัยวัยรุ่นยกตัวอย่าง แนวทางในการออกแบบตัวละครและปัจจัยในการคัดเลือกนักแสดง, แนวทางในการออกแบบตัวละครเพื่อต่อยอดความสำเร็จด้านอื่นมากกว่าการพัฒนาเรื่องราว, ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครกับนักแสดง หลังออกอากาศ, ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ตัวละครและนักแสดง เป็นต้น

2. คำถามเกี่ยวกับวิธีการสร้างคาแรคเตอร์ของตัวละคร ซีรีส์ฮอโมน วัยวัยรุ่นยกตัวอย่าง แนวทางในการออกแบบตัวละครเพื่อพัฒนาเรื่องราวโดยเริ่มอธิบายจากจุดเริ่มต้นของการพัฒนาแนวคิดสู่การขับเคลื่อนเรื่องราวในฤดูกาลต่างๆ, ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ตัวละคร เป็นต้น

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ระยะเวลา ในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2559 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2560

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับ การสร้างคาแรคเตอร์ของตัวละคร ซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น (Hormones The Series) ภาพลักษณ์ตัวละครและนักแสดง ซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น (Hormones The Series) และกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดจากภาพลักษณ์ตัวละครในซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น (Hormones The Series) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1. ภาพลักษณ์ตัวละครและนักแสดงซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น

ประเด็นที่ 1 ซีรีส์เล่าผ่านสถานที่สำคัญ คือ โรงเรียนนาดาวางกอก โดยผู้ผลิตเลือกที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยง ส่งผลต่อการรับรู้ (awareness) ระหว่างชื่อของโรงเรียนกับชื่อบริษัทผู้ผลิต เกิดนิยามภาพลักษณ์ใหม่ ส่งผลให้นิยามที่เรียกนักแสดงจากซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่นว่า “เด็กนาดาว” เป็นภาพจำนักแสดงคนต่าง ๆ และบริษัทผู้ผลิต ในภาพลักษณ์ของ Coming of Age

ประเด็นที่ 2 จุดเริ่มต้นของการสร้าง คือ การเลือกใช้นักแสดงที่เป็นทรัพยากรของบริษัทเป็นตัวละครหลักเป็นลำดับแรกโดยเฉพาะในฤดูกาลแรก ยกตัวอย่าง พชร จิราธิวัฒน์ รับบท

วิน, อังศุมาลิน สิริภัทรศักดิ์เมธา รับบท ของขวัญ, ศิรัช เจียรถาวร รับบท หมอก ซึ่งเป็นนักแสดงที่ผ่านการกำกับภาพยนตร์โดยทรงยศ สุขมากอนันต์ ตัวอย่างภาพที่ 2, 3, และ 4 ตามลำดับ

ประเด็นที่ 3 นักแสดงและตัวละครมีความเชื่อมโยงกัน เนื่องจากทั้ง 2 กระบวนการถูกพัฒนาขึ้นมาพร้อมกันและมีการสอดรับในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีกระบวนการคัดเลือกนักแสดงดังนี้

1. จากการคัดเลือกนักแสดงจากบุคคลภายนอกเกิดในกรณีที่มีตัวละครแต่ขาดนักแสดงผ่านกระบวนการคัดเลือกนักแสดง (Casting) จาก โมเดลลิง เอเจนซี เป็นต้น เพื่อหานักแสดงที่เชื่อมโยงกับตัวละคร ยกตัวอย่าง จุฑาธุช ภัทรกำพล หรือ มาร์ช รับบทเป็น ภู มีภาพลักษณ์ตัวละคร “ความหล่อ (Handsome)/ความเป็นที่นิยม (Popular)” พบได้จากบทสนทนาในตอน ที่ 1 ของฤดูกาลแรก กับการเปิดตัวด้วยการถูกแอบชอบถึงความหล่อของกลุ่มนักเรียนหญิง ซึ่ง จุฑาธุชเริ่มต้นจากการเป็นตัวประกอบในละครเรื่องหนึ่ง และได้เข้าร่วมโครงการเฟรนด์ฟอร์ ฟิล์ม ที่ประกาศรับสมัครนักแสดงมาแสดงภาพยนตร์เรื่องวัยรุ่นพันทัน (2554) ในบทเดียวกับพชร จิราธิวัฒน์ แต่ไม่ได้รับการคัดเลือกจึงถูกส่งไปเป็นพิธีกรช่องเพลย์ เซแนล แล้วจึงมาคัดเลือกนักแสดงในฤดูกาลแรกอีกครั้ง (หมายเหตุ พชร จิราธิวัฒน์ มีผลงานภาพยนตร์เรื่องแรกคือ ซักซี้ด ห่วยขั้นเทพ (2554) ซึ่งฉายในโรงภาพยนตร์ก่อนวัยรุ่นพันทัน 7 เดือน)

สิ่งที่น่าสนใจสำหรับผลการวิจัย คือ การเลือกนักแสดงจากบุคคลภายนอกเป็น



ภาพที่ 2 ภาพนักแสดงนำภาพยนตร์เรื่องวัยรุ่นพันธุ์พันธุ์ (2554)

ที่มา: Top Secret วัยรุ่นพันธุ์พันธุ์. Retrieved July 12, 2019, from <https://www.sanook.com/movie/20445/gallery/>



ภาพที่ 3 ภาพนักแสดงนำภาพยนตร์เรื่องปิดเทอมใหญ่หัวใจว้าวุ่น (2551)

ที่มา: March 20, 2008 - 11th anniversary 'Big School holidays, Distracted heart': Young love movies with 4 stories to welcome the holidays. Retrieved July 12, 2019, from <https://thestandard.co/pop-on-this-day-20-mar-2562/>



ภาพที่ 4 ภาพนักแสดงนำภาพยนตร์เรื่องเด็กหอ (2549)

ที่มา: “Boy’s Tower (2006)” didn’t understand why he was going to see the first round. Retrieved July 12, 2019, from <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2011/12/A11429987/A11429987.html>

ความเสี่ยงหนึ่งของกระบวนการทำงานเนื่องจากกระบวนการถ่ายทำให้เวลานาน การรับรู้นิสัยและการทำงานเข้ากับทีมงานจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ

2. การจัดโครงการประกวด Hormones the Next Gen เพื่อค้นหานักแสดงหน้าใหม่เพื่อมารับบทสมทบในฤดูกาลที่ 2 และเตรียมขึ้นเป็นนักแสดงหลักกลุ่มใหม่ในซีซั่นต่อ ๆ ไป

โดยได้จำนวนนักแสดงกลุ่มใหม่ทั้งหมด 12 คน โดยใน 12 คนนี้ มี 5 คนที่ได้รับบทสมทบในฤดูกาลที่ 2 คือ ธิติ มหาโยธารักษ์ รับบท นน, นิชาภัทร ฉัตรชัยพลรัตน์ รับบท ขนมห้าง, นริกุล เกตุประภากร รับบท ออย, ธีรดนัย ศุภพันธุ์ภิญโญ รับบท ชัน, กัญญาวิวิร์ สองเมือง รับบท เจน ตามรูปภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ภาพประกาศผล 5 คนสุดท้ายโครงการ Hormones the Next Gen

ที่มา: For example, “The Hormones of Distracted Ages Season 2” Every relationship is ending well, but ... Retrieved July 12, 2019, from <http://news.7mth.com/data/20140703/224757.shtml>

ประเด็นที่ 4 ผลการศึกษาพบว่าผู้ชมจดจำชื่อของตัวละครได้ในช่วงที่ซีรีส์ฮอร์โมนส์ วัยวุ่น ออกอากาศและยังคงจดจำชื่อตัวละครนั้นได้อยู่อีกประมาณ 6 เดือน ซึ่งหลังจาก 6 เดือนก็จะกลับมาจำชื่อจริงของนักแสดง ยกเว้นตัวละครบางตัวที่ผู้ชมจดจำชื่อของตัวละครได้มากกว่านักแสดง ยกตัวอย่างช่วงแรกผู้ชมจะจดจำสุภัสสรา ธนชาติ ในชื่อของ “สไปรท์ หรือ สไปรท์

ฮอร์โมน หรือ แก้ว ฮอร์โมน” แต่ปัจจุบันผู้ชมจดจำในนามของ “แก้ว” เท่านั้น

และอีกตัวอย่างสำคัญ คือตัวละครชื่อ พละ สุทธิพรฤดี หรือ พละ รับบทโดย วงศ์วินทิธร หรือ สกาย เป็นตัวละครที่ได้รับการจดจำชื่อของตัวละครได้มากกว่าชื่อของนักแสดงจริง โดยมีคำตามหลังว่า “พละ ฮอร์โมน” ถึงแม้ว่าพละจะรับบท โจ ซึ่งเป็นตัวละครในซีรีส์ I Hate

You, I Love You (2559) เป็นเด็กผู้ชายชายตัว ซึ่งมีภาพลักษณ์ตัวละครตรงกันข้ามกับพละ

ผู้วิจัยยกตัวอย่าง บทสัมภาษณ์ของผู้ชม เช่น “เราเรียก พละ พละ พละ จนชินปาก จนบางครั้งก็ลืมชื่อสกาย แล้วถึงมาก สรุปรตอนทีพละเข้าเรียนที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพจในมหาวิทยาลัยก็ยังเรียกว่าพละ” และ “พละ เป็นภาพจดจำแล้ว เราจำคาแรคเตอร์ของเค้าได้มากกว่าตัวจริง” เป็นต้น

ประเด็นที่ 5 ผู้ชมสามารถแยกลักษณะนิสัยของตัวละคร กับ นักแสดง ได้ แม้ว่าจะหวั่นชมซีรีส์ผู้ชมและคนรอบข้างจะแสดงความคิดเห็นทางลบต่อตัวละครนั้นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย แต่ปัญหาที่ตามมาของภาพลักษณ์นักแสดง คือ การติดภาพลักษณ์ความเป็นเด็กนักเรียนมัธยมที่ติดตัวนักแสดง แม้ว่านักแสดงหลายคนจะมีอายุเกินนักศึกษามหาวิทยาลัย ส่งผลให้นักแสดงนั้นไม่สามารถรับบทบาทที่หลากหลายได้ และยังคงต้องรับบทนักเรียนมัธยมในขณะที่กระแสนักแสดงรุ่นใหม่จากหลากหลายสังกัดปรากฏขึ้นมา และปัญหานี้เองทำให้บริษัท สามารถผลิตงานได้จำกัด เนื่องจากปัญหาของทรัพยากรนักแสดง

ส่วนที่ 2 สรุปผลการศึกษาการสร้างคาแรคเตอร์ของตัวละคร ซีรีส์ สอริโมน วัยว้าวุ่น ประกอบ “ที่มา” ของการสร้างตัวละครและบท ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ประเด็นด้านความสมจริงนั้น การเล่าเรื่องตัวละครนักเรียนวัยรุ่นระดับการศึกษามัธยม ในรูปแบบละครชุดซึ่งออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยมีระยะเวลา

ยาวนานมากกว่า 20 ปี ในขณะที่ซีรีส์ สอริโมน วัยว้าวุ่น มีประเด็นในเล่าเรื่องที่เหมือนกับละครนักเรียนวัยรุ่นระดับการศึกษามัธยมในอดีต คือ การหยิบยกปัญหาที่หลากหลายของวัยรุ่นระดับการศึกษามัธยมขึ้นมาเป็นประเด็นหลักในการเล่าเรื่อง ผ่านตัวละคร “สมมติ” ซึ่งประสบ “ปัญหา” ของช่วง Coming of Age ที่กล่าวในเบื้องต้น มีบทสรุปของปัญหา และแนวทางในการแก้ไขปัญหาเช่นเดียวกัน แต่มีบริบทที่แตกต่างกันตามยุคสมัย

จากปัญหาของตัวละครนั้น ซีรีส์ สอริโมน วัยว้าวุ่น สามารถสร้างความแตกต่างของคาแรคเตอร์ให้สมจริงมากกว่าละครนักเรียนวัยรุ่นระดับการศึกษามัธยมในอดีต เนื่องจาก ซีรีส์ สอริโมน วัยว้าวุ่น ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม และความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารแบบดิจิทัล จึงทำให้ปราศจากข้อบังคับทางกฎหมาย หรือ การเซ็นเซอร์ ของสถานีโทรทัศน์ช่องหลัก

ประเด็นที่ 2 กระบวนการพัฒนาตัวละครมีขั้นตอน ดังนี้

1. หาปัญหาตัวละคร เป็นจุดเริ่มต้นของเรื่องราว การมีปัญหาที่หลากหลายจึงส่งผลต่อการพัฒนาตัวละครที่หลากหลาย และปัญหานั้นมาจากการออกแบบคาแรคเตอร์ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ลำบากและท้าทายที่สุดของทีมงาน

อย่างไรก็ตาม จากประเด็นที่ 1 ของส่วนที่ 2 เรื่องประเด็นความสมจริง ผลวิจัยจากมุมมองของผู้ผลิต พบว่า ในส่วนตัวไม่ค่อยเชื่อกับละครชุดที่ผ่านมา เพราะว่าปัญหาที่ตนเองพบไม่ได้เป็นแบบนั้นเสมอไป โดยช่วงมัธยมศึกษา

ของชีวิตจริงหลายคนต่างมีเรื่องผิดพลาด ที่ทำให้รู้สึกเจ็บปวด และเศร้ากว่านั้น จึงพบว่ามีติของซีรีส์ฮอริโมน วัยว้าวุ่น คือ “ประสบการณ์ร่วม” สอดคล้องกับมุมมองของนักวิชาการ และกลุ่มผู้ชม คือ ประสบการณ์ร่วมนั้นต้องเชื่อมโยงกับสภาวะอารมณ์ของผู้ชม ยกตัวอย่าง นักวิชาการท่านหนึ่งกล่าวว่า “สร้างตัวละครมาเพื่อสะท้อนปัญหาสังคมและต้องลึกลับคนดูด้วย ถ้าปัญหาไม่ลึกลับกับคนดู มันก็จะไม่น่าสนใจ ไม่ทิ้งอะไรไปไม่ได้” ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องสร้างทีมเพื่อระลึกถึงปัญหาช่วง Coming of Age ของตนเองก่อนเป็นลำดับแรก

2. การค้นคว้าคาแรคเตอร์ เพื่อยืนยันการออกแบบหลังจากที่ทราบปัญหาของตัวละคร ผู้ผลิตต้องศึกษาลักษณะและการแสดงออกทางพฤติกรรมของตัวละครที่บุคคลดังกล่าวจากประสบการณ์ตรงของผู้ผลิตและประสบการณ์ทางอ้อมโดยค้นคว้ามุมมองของบุคคลโดยรอบผู้ผลิต เพื่อประกอบสร้างให้เกิดความสมจริง ดังนี้

2.1 เริ่มจากการสร้างจากการกระทำภายนอก แล้วเข้าไปถึงวิถีคิดภายใน อันเป็นเหตุของการกระทำ ยกตัวอย่างเช่น ต้องการสร้างตัวละครเด็กผู้ชายมีภาพลักษณ์ภายนอกชอบแกล้งเพื่อน แล้วจึงค้นคว้าวิถีคิดของการกระทำดังกล่าว เช่น ตัวละครชื่อเฟิร์ส ซึ่งปรากฏในฤดูกาลสุดท้าย รับบทโดย ณัฏพัฒน์ ปรมะเจริญโรจน์ อย่างไรก็ตามเมื่อผู้ชมเห็นภาพลักษณ์ตัวละครนี้ใน Episode ต้นๆ จะรู้สึกไม่ชอบนำรำคาญแต่เมื่อชมไปจะพบว่าตัวละครนี้ถูกปูทางการแสดงออกภายนอกเพื่อเผยให้เห็นถึงสภาวะภายในแสดงใน Episode Endorphin : ฮอริโมนระงับความเจ็บปวด

2.2 เริ่มจากการสร้างจากวิถีคิดภายใน แล้วศึกษาถึงการกระทำที่แสดงออกมา ยกตัวอย่างเช่น ต้องการสร้างตัวละครที่มีวิถีคิดจากภายในเรื่องความต้องการมีตัวตน แล้วจึงค้นคว้าวิธีการแสดงออกมาเป็นภาพลักษณ์ภายนอกของการกระทำเพื่อให้ตนเองมีตัวตน ซึ่งผลการวิจัยให้ความสำคัญกับ ตัวละครชื่อออย รับบทโดย นริกุล เกตุประภากร ที่มีภาพลักษณ์ตัวละคร “กอดัน/เก็บกด/มุ้งมั้น” ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นตัวแทนของนักเรียนที่ต้องการเป็นที่ยอมรับ และมีพื้นที่ในโรงเรียนซึ่งเป็นสังคมหนึ่งมีสภาพครอบครัวยุคใหม่ที่ไม่เข้าใจ ส่งผลให้เกิดการสร้างบุคลิกภาพที่อีกบุคคลิก เช่น การสร้างภาพลักษณ์เด็กต่างจังหวัด (จังหวัดอุทัยธานี) อยู่คนเดียว ต้องการเพื่อน การทนายปลอม และการแกล้งเป็นโรคซึมเศร้าเพื่อเรียกร้องความสนใจ จนถึงตอนสุดของซีรีส์ที่ออยตัดสินใจกินยาฆ่าตัวตาย แสดงใน Episode Oxytocin : ฮอริโมนผูกพัน และ Oxytocin II : ฮอริโมนแห่งความเชื่อใจ ในขณะที่บุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละครมีภาพลักษณ์ต่างจากภาพลักษณ์ตัวละคร เป็นการใช้ทักษะการแสดงในการรับบทบาทตัวละครที่มีภาพลักษณ์ขัดแย้งกับปัจเจกบุคคลจริง ส่งผลให้นริกุลได้รับรางวัลบทบาทขโมยซีนที่ถูกพูดถึงมากที่สุด จากเอ็มไทยท็อปทอล์กอะเบาต์ 2016 และดาวรุ่งหญิงที่สุดแห่งปี จากดาราเดลี เดอะเกรต อวอร์ดส์ ครั้งที่ 3

ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ความเป็นปัจเจกของ นริกุล เกตุประภากร ที่ชัดเจน คือ ความมุ้งมั้น ซึ่งถูกเน้นย้ำภาพลักษณ์และถูกถ่ายทอดออกมาผ่านบทบาทของตัวละคร มิ่ง ในภาพยนตร์เมย์ไหน

ไฟแรงเฟร่อ (2558) คาแรคเตอร์นักกิจกรรมประจำโรงเรียน ว่าที่ประธานสกีคนต่อไป มีความมุ่งมั่นและความพยายามที่จะทำทุกอย่างให้บรรลุความสำเร็จ ซึ่งนริกุลได้ถูกเสนอชื่อเข้าชิงสาขานักแสดงสมทบหญิงยอดเยี่ยม จาก 3 รางวัลของประเทศ คือ สุพรรณหงส์ ครั้งที่ 25, สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย ครั้งที่ 6, และ ชมรมวิจารณ์บันเทิง ครั้งที่ 24 นอกจากนั้นนริกุลยังได้รับรางวัลเยาวชนดีเด่นสาขาต่าง ๆ จำนวนมาก

ประเด็นที่ 3 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ตัวละครกับโครงสร้างต่าง ๆ ของการดำเนินเรื่อง ประกอบด้วยโครงสร้างต่าง ๆ ดังนี้

1. ชีวตอนซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น เป็นการเล่าเรื่องภายใต้เส้นเรื่องกลมๆ ตัวละครตัวหนึ่งสามารถขึ้นมาเป็นตัวละครนำได้ตามมุมมองของ

ทีมผลิตที่จะเลือกเล่าการกระทำและความสัมพันธ์ของตัวละครนั้น ผ่านโรงเรียนนาดาวบางกอกเป็นศูนย์กลางที่ทุกตัวละครมีเรื่องราวเป็นของตนเอง และเปลี่ยนผ่านบทบาทกลุ่มตัวละครเมื่อเวลาเปลี่ยนไป เปรียบเสมือนกรอบวงกลมที่จำกัดพื้นที่ซึ่งตัวละครทุกตัวที่ปรากฏมีคาแรคเตอร์เฉพาะตัว และมีจุดเชื่อมโยงถึงตัวละครอีกตัวหรือมากกว่า 1 ตัวละคร

ทั้งนี้การตั้งชื่อตอนให้มีความสัมพันธ์กับตัวละคร ส่งผลให้เกิดการดึงดูดความโดดเด่นของตัวละคร และส่งผลต่อนักแสดงขึ้นมา ในฤดูกาลที่ 2 ซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น ไม่ใช้ชื่อตอนเพื่อบ่งบอกตัวละครส่งผลให้กระแสของฤดูกาลที่ 2 ลดลง ดังรายละเอียดแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบชื่อตอนและตัวละครหลักของ ซีรีส์ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น ทุกฤดูกาล

Episode	ฤดูกาลที่ 1		ฤดูกาลที่ 2		ฤดูกาลที่ 3	
	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก
1	Testosterone: ฮอร์โมนเพศชาย	วิน	รักรู้ลึกกริม	รวมตัวละคร	Growth Hormone : เมื่อฮอร์โมนเริ่มหลั่ง	รวมตัวละคร
2	Dopamine: ฮอร์โมนหนึ่งมิตรชิดใกล้	ต้า	ธีร์	ธีร์	Estrogen : ฮอร์โมนผู้หญิง	ดาว ก้อย
3	Endorphin: ฮอร์โมนหลังเมื่อฉันทิน	สไปท์	เต๋ย	เต๋ย	Adrenaline : ฮอร์โมนชนแหวก	ส้มส้ม มะลิ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

Episode	ฤดูกาลที่ 1		ฤดูกาลที่ 2		ฤดูกาลที่ 3	
	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก
4	Serotonin: ฮอร์โมนแห่ง ความสงบ	หมอก	ดาว-ก้อย	ดาว ก้อย	Serotonin : ฮอร์โมนบรรเลง	เภา
5	Estrogen: ฮอร์โมนเพศ หญิง	เต๋ย	ภู	ภู	Dopamine : ฮอร์โมนความสุข แปรปรวน	เจน
6	Dopamine 2: ฮอร์โมนแห่ง ความรัก	ภู	วิน	วิน	Cortisol : ฮอร์โมนแห่ง ความคิด	บอส
7	Adrenaline: ฮอร์โมน เลือดเดือด	ไผ่	ขวัญ	ขวัญ	Androgen : ฮอร์โมนผู้ชาย	นน
8	Progesterone: ฮอร์โมนแห่ง ความเป็นแม่	ดาว	หมอก	หมอก	Endorphin : ฮอร์โมนระงับ ความเจ็บปวด	เฟิร์ส
9	Cortisol: ฮอร์โมน นอนไม่หลับ	ขวัญ	สไปท์	สไปท์	Testosterone : ฮอร์โมน สุดเหวี่ยง	ชัน
10	Testosterone vs Estrogen: ฮอร์โมน ไม่เข้าใจฉัน ไม่เข้าใจเธอ	วิน ขวัญ	ออย	ออย	Growth Hormone II : ฮอร์โมน เสริมสร้าง ภูมิคุ้มกัน	พละ
11	Oxytocin: ฮอร์โมนแห่ง ความผูกพัน	รวมตัวละคร	ต้า	ต้า	Oxytocin : ฮอร์โมนผู้รัก	ออย

ตารางที่ 2 (ต่อ)

Episode	ฤดูกาลที่ 1		ฤดูกาลที่ 2		ฤดูกาลที่ 3	
	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก	ชื่อตอน	ตัวละครหลัก
12	Growth Hormone: ฮอร์โมนแห่งการ เจริญเติบโต	รวมตัวละคร	ไผ่	ไผ่	Oxytocin II : ฮอร์โมนแห่ง ความเชื่อใจ	ชนมบั๋ง
13	-	-	ปัจฉิม	รวมตัวละคร	Hormones : ฮอร์โมน วัย ว้าวุ่น	รวมตัวละคร

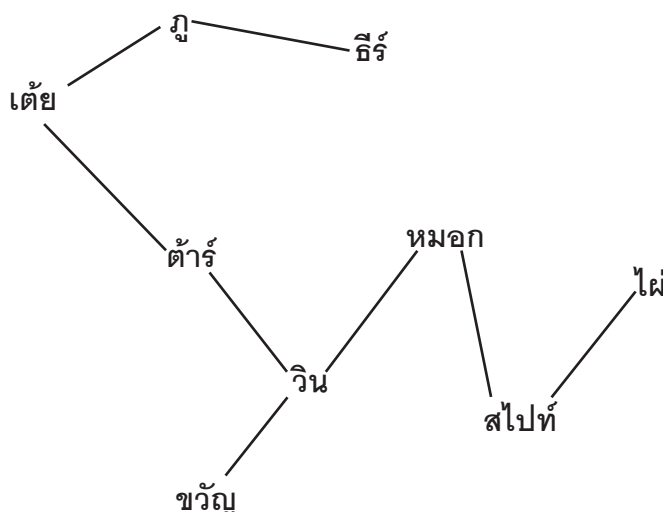
2. การเชื่อมโยงความสัมพันธ์

2.1 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ลักษณะโครงสร้าง เป็นการดำเนินเรื่องของซีรีส์ ประกอบด้วย ตัวละคร ที่หลากหลายภายใต้สถานการณ์ที่ทับซ้อน เชื่อมโยงตัวละครเข้าหากัน และเป็นผลกระทบต่อกันและกัน

2.2 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ย่อย

ระหว่างตัวละคร เป็นความสัมพันธ์ที่ย่อยลงมาจากความสัมพันธ์จากความสัมพันธ์ลักษณะโครงสร้าง ให้เห็นรายละเอียดของการกระทำระหว่างกลุ่มตัวละคร



แผนภาพที่ 1 แสดงสถานการณ์ของตัวละครที่หลากหลายภายใต้สถานการณ์ในสถานที่เดียวกัน ฤดูกาลที่ 1

จากแผนภาพที่ 1 แบ่งความสัมพันธ์เป็น 6 กลุ่มตัวละคร ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ความสัมพันธ์ของความรัก ระหว่าง ต้าร์ เต๋ย และ ภู ทับซ้อนกับกลุ่มที่ 2 คือ เต๋ย ภู และ อีรี ผ่าน ภู

กลุ่มที่ 3 ความสัมพันธ์ของมิตรภาพของเพื่อนสนิททั้ง 3 คน คือ ต้าร์ วิน และ หมอกทับซ้อนกลุ่มที่ 2 ผ่าน ต้าร์

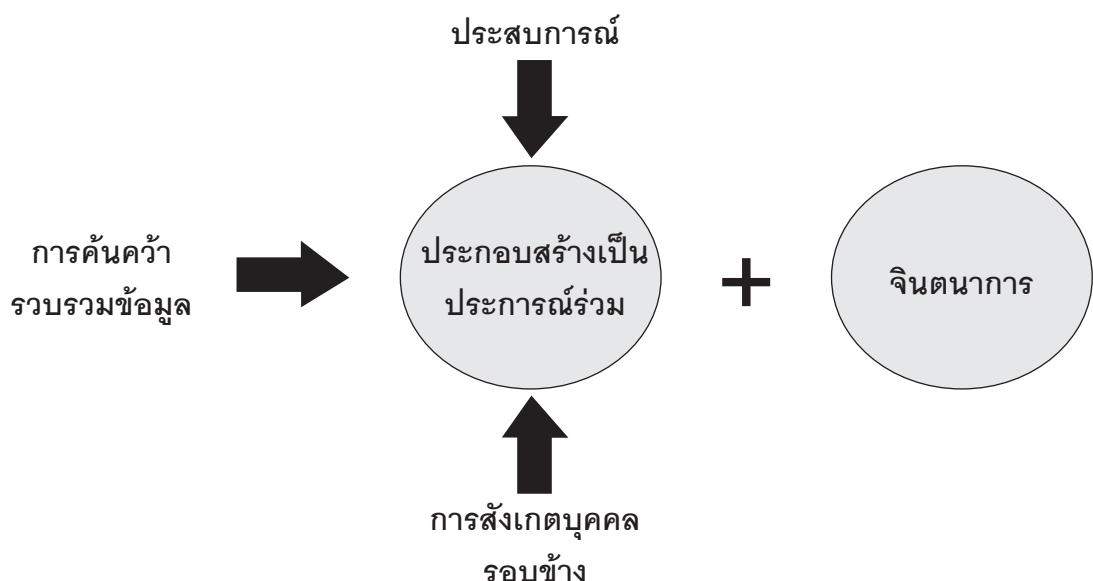
กลุ่มที่ 4 ความสัมพันธ์ของความรักระหว่าง ขวัญ กับ วิน ในขณะที่หมอกก็แอบชอบขวัญ ทับซ้อนกับกลุ่มที่ 3 ผ่าน วิน

กลุ่มที่ 5 ความสัมพันธ์ของมิตรภาพระหว่าง หมอก และ สไปท์ เชื่อมกับกลุ่มที่ 4 ในขณะที่ สไปท์ มีความสัมพันธ์ของความรักกับ ไผ่ รับบทโดย ธนภพ ลีรัตนขจร เป็นกลุ่มที่ 6

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้จึงเป็นการยกระดับแนวคิดและทฤษฎีของการสร้างประสบการณ์ร่วมผ่านภาพลักษณ์ตัวละครและการสร้างบุคลิกภาพ

กับปัจเจกตัวละคร โดยอันดับแรกผู้ผลิตต้องหาภาพลักษณ์ตัวละครจาก “ปัญหา” ที่เป็นประสบการณ์ร่วม และเชื่อมต่อกับสภาวะจิตใจของผู้ชมในช่วง Coming of Age ในมิติการเปลี่ยนแปลง (Change) ตัวละคร (Wiwatsinudom, 2003) คือ การเปลี่ยนแปลงในตัวละครเพื่อให้เห็นว่าบทของผู้ผลิตตั้งแต่แรกเริ่มไปจนถึงจบเรื่องตัวละครมีความเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเปลี่ยนแปลงนั้นจะตรงกับความต้องการ (Dramatic Need) หรือสิ่งที่ตัวละครต้องการหรืออยากเอาชนะ แม้ว่าผู้ผลิตบางท่านจะไม่เคยมีประสบการณ์ทางตรง ผู้ผลิตต้องหาข้อมูลเพื่อพัฒนาตัวละครผ่านประสบการณ์ทางอ้อมโดยค้นคว้ามุมมองของบุคคลโดยรอบผู้ผลิต เพื่อประกอบสร้างให้เกิดความสมจริง สอดคล้องกับจิตา ผลิผลการศึกษาพิมพ์ (Palitponkanpim, 2013) กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของการสร้างตัวละคร คือ การเปิดรับแรงบันดาลใจได้จากหลายแหล่ง ตามแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างตัวละครกับผู้ชม

อย่างไรก็ตาม การคัดเลือกนักแสดง มีความสำคัญมากต่อการสร้างภาพลักษณ์และพัฒนาตัวละครให้มีมิติมากขึ้น เนื่องจากการสร้างซีรีส์ในปัจจุบันใช้ตัวละครเป็นตัวดำเนินเรื่อง ภายใต้สถานการณ์ หรือสถานที่เดียวกัน เช่น โรงเรียนนาดาวบางกอก ในขณะเดียวกันที่ภาพลักษณ์ตัวละคร และนักแสดงในภาพยนตร์ของบริษัทวรม ก่อนซีรีส์ฮอริโมน วัยว้าวุ่นออกอากาศ มีภาพลักษณ์ของ Coming of Age ที่สร้างความจดจำมาก่อนแล้ว โดยเฉพาะภาพลักษณ์นักแสดงที่ได้รับมาจากภาพลักษณ์ตัวละคร เช่น พชร จิราธิวัฒน์ อังศุมาลิน สิริภทศศักดิ์เมธธา และ ศิรัช เจียรถาวร เป็นต้น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกลยุทธ์การบริหารจัดการนักแสดงจากภาพลักษณ์ตัวละครและการสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละคร จาก “กลยุทธ์ในการสร้างจุดขายในเรื่องคาแรคเตอร์และบุคลิกภาพ” (Pisit mukda, 2017) คือ 1) นักแสดงต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นธรรมชาติเหมาะสมกับช่วงวัย โดยภาพลักษณ์ตัวละคร และการสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละคร ถูกสร้างเป็นประสบการณ์ร่วมผ่านประสบการณ์ Coming of Age แสดงถึงการสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละคร อย่างชัดเจน ซึ่ง “บุคลิกภาพ” เป็นคุณลักษณะของนักแสดงที่สำคัญที่สุด

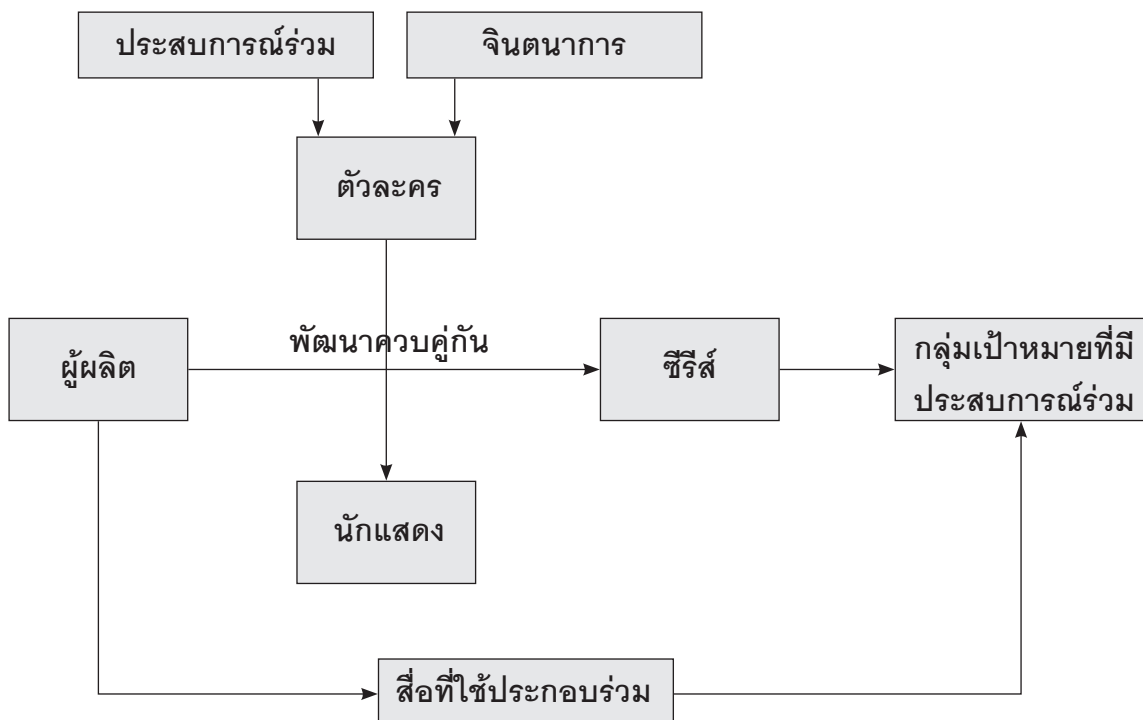
(Pisit mukda, 2017) เพราะนักแสดงไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้ด้วยอาศัยการประชาสัมพันธ์ หรือ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) แค่นี้เพียงอย่างเดียว ยังคงมีส่วนประกอบสำคัญอีกหลายประการในการสร้างภาพลักษณ์ (Monpraprut, 2009)

และเมื่อบุคลิกมีเอกลักษณ์จะส่งผลต่อการต่อยอดทางการตลาดในเรื่องของผลงาน และธุรกิจของนักแสดง เพื่อเป็นการรักษาและต่อยอด บุคลิก ภาพลักษณ์และแบรนด์ของนักแสดงให้ชัดเจนเกิดความน่าเชื่อถือได้รับการยอมรับในสังคมเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ (Khongsompong, 2007). พบว่าผู้ชมจะรับรู้ภาพการประกอบสร้างของนักแสดงโดยจดจำภาพตัวละครได้ในเวลาหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคมองบุคคลที่มีชื่อเสียงในฐานะบุคคลที่เขาไว้วางใจ (Trust) และชื่นชม (Admire) (Mongkhonsiri, 2004) และอาจเกี่ยวเนื่องจากการขยายสู่การเป็นฟรีเซนเตอร์ในลำดับต่อไป (Chanchaochai, 2005) โดยผู้วิจัยเปรียบเทียบการสร้างตัวละครผ่านภาพลักษณ์ตัวละครและการสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละครกับแนวคิดทางการตลาดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการสร้างตัวละครผ่านภาพลักษณ์ตัวละครและการสร้างบุคลิกภาพ กับ
ปัจเจกตัวละคร กับแนวคิดทางการตลาด

การสร้างตัวละคร	การสร้างผลิตภัณฑ์
ตัวละคร + ภาพลักษณ์นักแสดง ผู้ผลิต (เขียนบท กำกับ อำนวยการผลิต) ผู้ชม ประสบการณ์ร่วม	ผลิตภัณฑ์ + Branding นักการตลาด ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอ แนวคิดกระบวนการ
พัฒนาตัวละครสู่การสร้างภาพลักษณ์นักแสดง
จากประสบการณ์ร่วมผ่านภาพลักษณ์ตัวละคร
และการสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละคร
ในกรณีศึกษาของซีรีส์ฮอว์ไทม์ วิญญาณ จากที่
ได้อภิปรายผลการวิจัย ตามแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แนวคิดกระบวนการพัฒนาตัวละครสู่การสร้างภาพลักษณ์นักแสดงจากประสบการณ์ร่วมผ่านภาพลักษณ์ตัวละครและการสร้างบุคลิกภาพกับปัจเจกตัวละครระหว่างผู้ผลิตและซีรีส์

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาในลักษณะการ
ยกระดับแนวคิดและทฤษฎีจากพื้นฐานของการ
สร้างทฤษฎีสถานราก (Grounded Theory) นำไปสู่

การพัฒนาแผนธุรกิจของบริษัทในอุตสาหกรรม
บันเทิง และควรนำผลการวิจัยและการอภิปราย
ผลการวิจัยไปทดสอบกับซีรีส์อื่น ๆ หรือนำไป
ต่อยอดกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

REFERENCES

- “Boy’s Tower (2006)” didn’t understand why he was going to see the first round. Retrieved July 12, 2019, from <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2011/12/A11429987/A11429987.html> (in Thai)
- Chanchaochai, D. (2005). The Article Brand & Marketing Essay, Ed 1st Bangkok : The publisher of the brandage book. (in Thai)
- Devinburanu Wong, P. (2013). Positioning, Formula generates income “hormones”. Retrieved October 7 , 2013, from <https://positioningmag.com/56002> (in Thai)
- For example, “The Hormones of Distracted Ages Season 2” Every relationship is ending well, but ... Retrieved July 12, 2019, from <http://news.7mth.com/data/20140703/224757.shtml> (in Thai)
- Konkasuriyachay, T. (2015). A Social Construction Of Young People in The TV Series : Hormones. Mass Communication Administration Faculty of Journalism and Mass Communication. Thammasat University. (in Thai)
- Hormones วิว้าวุ่น (Hormones The Series). Retrieved July 12, 2019, from <https://tv.line.me/hormonestheseries>
- Khongsompong, K. (2007). Modern Marketing. Ed 1st Bangkok : Nation Multimedia group Co.,th. (in Thai)
- Laohathaivanich, E. (2003). Postmodernism: Imaging, Globalization and Consumption Concepts. Arts and Design courses Chiang Mai University. 3 Retrieved October 7, 2015, from <https://phdcommunication.wordpress.com/2013/03/07/%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B9%81%E0%B8%97%E0%B8%99-representation/> (in Thai)

- Laovichaya, A. (2013). Politician's Image. Executive Journal, 33(2), 57-62. (in Thai)
- March 20, 2008 - 11th anniversary 'Big School holidays, Distracted heart': Young love movies with 4 stories to welcome the holidays. Retrieved July 12, 2019, from <https://thestandard.co/pop-on-this-day-20-mar-2562/>
- Mongkolsiri, S. (2004). Celebrity Marketing, Ed 1st Bangkok : love and live (in Thai)
- Monpraprut, P. (2009). Strategic communication of the singers in building public images : a case study of RS Public Company Limited, Master of Communication Arts, Bangkok University (in Thai)
- Nuchnomboon, R. (2016). Aesthetics, postmodern beauty, and aesthetics. Current Male Vocalist, Journal of Social Communication Innovation, The Journal of Social Communication Innovation. Year 1 No. 1 (1) Jan.-Jun. 2013 (in Thai)
- Palitponkanpim, T. (2013). Make a movie for people to watch, Ed 3rd Bangkok : Bioscope Plus Company Limited (in Thai)
- Pisitmukda, P. (2017). The Development of Personality, Image, and Personal Branding of the Artists in the Digital Age. Master of Communication Arts in Wntertainment Management, Bangkok University (in Thai)
- Ratananda, M & Sripanya, S. (2012). Marketing Creative Era 4.0, Ed 1st Love and Live (in Thai)
- Siriyuwasak, U. (2007). Mass communication media, culture and society. 3rd edition. Bangkok: Publisher of Chulalongkorn University. (in Thai)
- Suthiwasinnon, P & Pasunon, P (2016). Sample selection strategies for qualitative research. Parichart Journal, Thaksin University, 29(2), 31-48. (in Thai)
- Top Secret วิทยุพันธุ์พันธุ์. Retrieved July 12, 2019, from [vvvhttps://www.sanook.com/movie/20445/gallery/Wiwatsinudom](https://www.sanook.com/movie/20445/gallery/Wiwatsinudom), R. (2003). Creators make short films, Ed 1st Bangkok : Chulalongkorn University. (in Thai)
- Wiwatsinudom, R. (2015). Script Writing Entertainment, Ed 1st Bangkok : Chulalongkorn University. (in Thai)
- Wongyanawa, T. (1995). Substitute images instead of substitutions. Retrieved March 17, 2019, from <https://www.academia.edu/26483507/%E0%B8%A0%E0%B8>. pdf (in Thai)
-