

การข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง
“ขุนพันธ์ 2”

Trans-Communication through Character Makeup in Movie “Khun Pan 2”

กฤษณ์ คำนนท์

อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

E-mail: web_webmaz@live.com

Krit Kamnon

Lecturer, Department of Communication Arts,

Faculty of Humanities and Social Sciences, Sisaket Rajabhat University

(Received: August 2, 2021; Revised: August 18, 2021; Accepted: August 20, 2021)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษ (Special Effects Makeup) ในภาพยนตร์และลักษณะแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าเพื่อแสดงบุคลิกลักษณะ (Character Makeup) ของตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2”

ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะการข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษในภาพยนตร์ปรากฏรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะที่ตัวละครเดิมในลำดับต้นถูกแปลงรูปร่างมาเป็นตัวละครของสื่อใหม่ในอีกลำดับหนึ่ง โดยเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของสื่อก็คือสารและได้เกิดการควรรวมสื่อขึ้น ทั้งนี้พบว่า การสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าเพื่อแสดงบุคลิกลักษณะของตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่จำเป็นต้องอาศัย 4 แนวคิด คือ 1. แนวคิดการผลิตซ้ำ (reproduction) ได้มีการผลิตซ้ำความหมายของวีรบุรุษและผู้ร้ายด้วยการแต่งหน้าตัวละครที่มีลักษณะเป็นภาพต้นแบบ (archetypes) ซึ่งเป็นภาพที่ฝังอยู่ในอุดมคติของสมาชิกในสังคมวัฒนธรรมไทย 2. แนวคิด ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (transtextuality) ลักษณะการแต่งหน้าตัวละครเกิดจากการผสมรวมตัวบทต่าง ๆ คือ สัมพันธบท (Intertextuality) ปรสติดของตัวบท (Paratextuality) และการเป็นเหตุยิบบท (Hypertextuality) 3. แนวคิดการโหยหาอดีต (nostalgia) แต่งหน้าของตัวละครเกิดจากการลอกเลียนแบบ (simulation) จนกลายเป็นภาพนิมิต (simulacrum) ที่เป็นความจริงในแบบของตัวเองที่สังคมยอมรับได้ โดยทำให้ผู้รับสารได้

ย้อนกลับพบกับภาพของตัวละครในอดีตที่ได้กลับมาตราตรึงอยู่ในความทรงจำอีกครั้ง และ 4. แนวคิดความไม่ต่อเนื่อง (discontinuity) การแต่งหน้าตัวละครลักษณะเป็นความจริงเชิงสมมติ (Hyperreality) แสดงให้เห็นถึงความไม่ต่อเนื่องของมิติทางด้านเวลาและสถานที่ โดยเปลี่ยนไปได้อย่างเป็นพลวัต

คำสำคัญ: การข้ามผ่านทางการสื่อสาร การแต่งหน้า ตัวละคร ภาพยนตร์ ขุนพันธ์

Abstract

This article aimed to analyze aspects of trans-communication through special effect makeup for character in the movie and post-modern concept influencing signification for meaning through character makeup in the movie “Khun Pan 2”.

The study revealed that the aspect through special effect makeup appearing that former media transformed into messages in following media in the correlation between media and message. However, the significance through makeup of character “Khun Pan” and “Khun Jone” in the movie of digital era/ postmodern era required 4 concepts including 1) first dimension, reproduction of meaning of heroes and villains character makeup in the ideal of Thai culture as archetypes 2) second dimension, transtextuality of character makeup among intertextuality, paratextuality and hypertextuality 3) third dimension, nostalgia of the makeup from simulation to simulacrum with society acceptance of the truth to illustrate receivers the past memorable characters and 4) final dimension, discontinuity of hyperreality makeup conveying the dynamic of discontinuing between time and place.

Keywords: trans-communication, makeup, character, movie, Khun Pan

บทนำ

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวในแง่มุมต่าง ๆ ของสังคม ซึ่งหมายถึง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม สภาพเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงการเมืองที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงเวลาที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นสื่อล้วนมีอิทธิพลต่อการกำหนดการรับรู้และเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของคนในสังคมได้ ญัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์ (2563: 209) กล่าวว่า สื่อภาพยนตร์เป็นสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่มอบความบันเทิงให้กับผู้ชมในสังคมไทยมายาวนาน สื่อภาพยนตร์สามารถ เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันในวงกว้าง ทั้งช่วงอายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ด้วยการนำเสนอเนื้อหาของภาพยนตร์ที่มีความหลากหลาย อาทิ ภาพยนตร์แนวแอ็กชั่น (Action) ภาพยนตร์แนวตลก (Comedy) ภาพยนตร์แนวชีวิต (Drama) ภาพยนตร์แนวสยองขวัญ (Horror) เป็นต้น

สื่อภาพยนตร์ที่จัดเป็นศูนย์รวมของงานศิลปะหลาย ๆ แขนงเข้าด้วยกัน อันได้แก่ วรรณกรรม (บทภาพยนตร์) ดนตรี (เพลงประกอบ) จิตรกรรม (การประกอบภาพ) สถาปัตยกรรม (การจัดฉาก) ประติมากรรม (เครื่องประดับตกแต่ง) และนาฏกรรม (การแสดง) ภาพยนตร์จึงได้รับการขนานนามว่า “ศิลปะผสม” (mixed art) (อิศณ สุภาสัย, 2550: 18) นอกเหนือจากองค์ประกอบดังกล่าว ผู้เขียนมองว่า “การแต่งหน้า” เป็นการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานของ “ศิลปะ” ที่จำเป็นอย่างยิ่ง หย่อนไปกว้างองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ถูกนำมาผสมผสานในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ ดังเห็นได้จากภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2” ที่ได้รับรางวัลเทคนิคพิเศษการแต่งหน้ายอดเยี่ยม (Best Make Up Effects) จากผลงานของศิวก ร สุขลังการ และอาภรณ์ มีบางยาง ในงานประกาศรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติ “สุพรรณหงส์” ครั้งที่ 26 ประจำปี 2559

ในบทความนี้ผู้เขียนมุ่งวิเคราะห์ลักษณะการข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษ (Special Effects Makeup) ในภาพยนตร์ และลักษณะแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละครเพื่อแสดงบุคลิกลักษณะ (Character Makeup) ในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2” ใช้แนวคิดสื่อก็คือสารและแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ ผ่านมุมมองของสำนักเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism) โดยยึดถือความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการสร้างความหมายโดยผ่านสื่อ (ตัวกลาง) กับตัวสาร (เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ) ที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ของลักษณะการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่

ความสัมพันธ์ของสื่อและสาร: การข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษ (Special Effects) ในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2”

“การแต่งหน้าเปรียบเสมือน หน้ากากที่คนได้สร้างขึ้น” (สายสม วงศาสุลักษณ์, 2536) จากคำกล่าวนี้นี้ทำให้เชื่อมโยงได้ว่า ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมนุษย์ได้นำการแต่งหน้ามาใช้ในการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของใบหน้าที่มีมาแต่เดิมของมนุษย์ การแต่งหน้าได้ถูกนำมาช่วยในการเสริมสร้างความหมายให้แก่ตนเองในบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเป็นพลวัต ดังนั้นจึงอนุมานได้ว่า “การแต่งหน้าเป็นการสื่อสาร” ในบทความนี้ได้วิเคราะห์ผ่านมุมมองของแนวคิดเรื่องสื่อก็คือสาร (medium is the message) ของ McLuhan (1964) ที่กล่าวถึงอิทธิพลของตัวสื่อที่ไปกำหนดให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงที่กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงของสื่อที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้าได้กลายไปเป็นตัวสารของสื่ออีกประเภทหนึ่ง เมื่อทุกครั้งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวสื่อจะมีผลกระทบต่อเนื้อหาหรือตัวสารเสมอ การ

ข้ามผ่านการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2” มีลักษณะดังต่อไปนี้

การข้ามผ่านการสื่อสารในลำดับแรก คือ เมื่อเกิดการแต่งหน้าทำให้ใบหน้าที่มีฐานะเป็นตัวสื่อเดิมได้กลายมาเป็นตัวสารของการแต่งหน้าที่มีฐานะเป็นสื่อตัวใหม่ กล่าวคือ ใบหน้าของคนเป็นตัวสื่อ (medium) และเมื่อเกิดการแต่งหน้า ซึ่งการแต่งหน้าจะมีฐานะเป็นสื่อ (media) อีกประเภทหนึ่ง ที่ทับซ้อนอยู่บนสื่อใบหน้าของคน โดยการแต่งหน้าเกิดจากการผสมรวมของเครื่องหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ จากโครงสร้างของการแต่งหน้า คือ 1. การรองพื้น 2. การไฮไลต์ 3. การเชดดิ้ง 4. การทาแป้งฝุ่น 5. การเขียนคิ้ว 6. การปิดมาสคาร่าคิ้ว 7. การเขียนขอบตา 8. การทาทายแฮดว์ร์ 9. การปิดมาสคาร่า 10. การติดขนตาปลอม 11. การปิดแก้ม และ 12. การทาปาก และองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ คือ สี เส้น รูปทรง รูปร่าง ลักษณะพื้นผิว ช่องว่าง จังหวะ แสงและเงา โดยการข้ามผ่านการสื่อสารในลำดับแรกได้ใช้องค์ประกอบดังกล่าวมากกว่าการแต่งหน้าตัวละครปกติ เช่น การใช้เชดดิ้งที่มีลักษณะพื้นผิวด้านที่มีสีเข้มกว่าสีของรองพื้นประมาณ 2-3 ระดับ ทาบริเวณรอบดวงตา เพื่อช่วยทำให้บริเวณรอบดวงตาหรือเขี้ยวตาเป็นรอยฟกช้ำ (Bruising) เมื่อกระทบกับแสงไฟในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ หรือการทาไฮไลต์ที่มีลักษณะพื้นผิวด้านที่มีสีอ่อนกว่าสีของรองพื้นประมาณ 1-2 ระดับ ทาบริเวณริมฝีปาก เพื่อช่วยทำให้ริมฝีปากชืดเซียวและขาดความมีชีวิตชีวา การใช้การแต่งหน้าจึงเป็นการแปลงเนื้อหาของใบหน้าในลักษณะของ “การปรับสภาพโครงสร้างของผิวและโครงสร้างของใบหน้า” โดยมีฐานะเป็นรหัสของการแต่งหน้าในลำดับแรก เพื่อเป็นการปรับสภาพโครงสร้างของผิวและโครงสร้างของใบหน้าสำหรับการแต่งหน้าด้วยเทคนิคพิเศษ

ในลำดับที่สองของการข้ามผ่านการสื่อสาร คือ การแต่งหน้าตัวละครที่มีฐานะเป็นตัวสื่อเดิมได้กลายมาเป็นตัวสารของการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษที่มีฐานะเป็นสื่อตัวใหม่ โดยเนื้อหาของสื่อเดิมได้ถูกลดทอนลงไปจากการช่วยเหลือของเทคโนโลยีทางการแต่งหน้าในปัจจุบัน ซึ่งการลดทอนเนื้อหาของสื่อเดิมลงไปแล้วมาจากการใช้เทคนิคพิเศษในการแต่งหน้า คือ การสร้างรอยบาดแผล (cuts) บนใบหน้า เพื่อสร้าง “ความสยดสยอง” โดยมีฐานะเป็นรหัสของการแต่งหน้าด้วยเทคนิคพิเศษ เพื่อช่วยเสริมสร้างและเติมความหมายของตัวละครให้เกิดความสมบูรณ์และความชัดเจนขึ้น เมื่อพิจารณาพบว่า การข้ามผ่านการสื่อสารในอันดับที่สองนี้ได้มีการเชื่อมโยงตัวบทหรือสัมพันธ์ (Intertextuality) กับภาพใบหน้าของของผู้ประสออุบัติเหตุจากการต่อสู้ ต่อยติ การถูกความร้อนลวก การถูกของมีคมและการถูกระเบิด ซึ่งปรากฏให้เห็นเป็นภาพตัวแทน (representation) ในสื่อต่าง ๆ

จากลักษณะการข้ามผ่านการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษที่เกิดขึ้นทั้งสองระดับ ปรากฏให้เห็นว่า เมื่อเกิดการข้ามผ่านการสื่อสารได้ทำให้เนื้อหาของสื่อเดิมทั้งหมดถูกลดทอนความสำคัญลงไปแล้วกลายเป็นสารในสื่อตัวใหม่อยู่เสมอ ในทางกลับกันเมื่อลบเครื่องสำอางออกจากใบหน้าที่จะเกิดการแปลงรูปแบบการสื่อสาร แต่ไม่ใช้การแปลงสื่อให้มาเป็นสารในสื่อตัวใหม่

ทว่าเป็นเพียงการแปลงเนื้อหาของสื่อเท่านั้น ทั้งนี้การข้ามผ่านการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าด้วยเทคนิคพิเศษได้แสดงให้เห็นถึงการซ้อนทับของสื่อหลายประเภทที่อยู่บนใบหน้าในลักษณะของ “ปรสิตร” และในขณะเดียวกันก็อยู่ในลักษณะของสิ่งรบกวนก็ได้ ดังนั้นการสื่อสารดังกล่าวจึงมีลักษณะไม่คงที่หรืออยู่ในสภาพที่สมบูรณ์แท้จริง แต่กลับกลายและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ศิริชัย ศิริกายะ (2559: 9) กล่าวว่า การแปลงรูปหรือการข้ามผ่านขององค์ประกอบของการสื่อสารตัวหนึ่ง กลายเป็นอีกองค์ประกอบอีกตัวหนึ่งก็เกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลาของการสื่อสารในยุคดิจิทัล

นอกจากนั้นเมื่อเกิดการข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษ จำเป็นยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจถึงลักษณะการแปลงรูปร่างของสื่อ โดยผู้เขียนได้หยิบยกแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง (morphosis) มาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ถึงลักษณะของการข้ามผ่านทางการสื่อสารอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตัวสื่อและตัวสารในการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าให้เกิดขึ้น สุธรรม อารีกุล (2559) ได้กล่าวถึง การเปลี่ยนรูปของสิ่งมีชีวิตในทางชีววิทยาที่เรียกว่าการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง (metamorphosis) ออกเป็น 4 ลักษณะ คือ 1. การเปลี่ยนแปลงรูปร่างน้อย (gradual metamorphosis) 2. การเปลี่ยนแปลงรูปร่างกึ่งสมบูรณ์ (incomplete metamorphosis) 3. การเปลี่ยนแปลงรูปร่างสมบูรณ์ (Complete metamorphosis) และ 4. การเปลี่ยนแปลงรูปร่างขั้นสูง (hyper metamorphosis)

เมื่อพิจารณาพบว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงรูปของการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษ ได้ทำให้ใบหน้าของตัวละครมีลักษณะแตกต่างและผิดแปลกไปจากใบหน้าที่ดั้งเดิมอย่างสมบูรณ์ เช่น การทาแป้งฝุ่นที่มีลักษณะพื้นผิวด้านที่มีสีอ่อนกว่าสีของรองพื้นและทาบริเวณทั่วทั้งใบหน้า เพื่อช่วยให้บริเวณใบหน้าที่มีลักษณะซีดเซียว เมื่อกระทบกับแสงไฟในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ เหมือนคนที่สูญเสียเลือดอันเกิดจากบาดแผลบนใบหน้า หรือการใช้เทคนิคพิเศษในการแต่งหน้า เช่น การสร้างรอยบาดแผล (cuts) บนใบหน้า โดยลักษณะที่เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงรูปร่างขั้นสูง (hyper metamorphosis) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษจึงเป็นการสร้างความหมายแบบข้ามผ่านทางการสื่อสารที่ทำให้ใบหน้าของตัวละครเปลี่ยนแปลงรูปไปจนไม่สามารถพิจารณาได้ว่าใบหน้าที่ดั้งเดิมมีลักษณะอย่างไร โดยการแต่งหน้าได้เป็นการผลิตซ้ำภาพตัวแทนที่มีความเข้มข้นในระดับของภาพตายตัว (stereotypes) ของผู้ประสบอุบัติเหตุจากการต่อสู้ ต่อยตี การถูกความร้อนลวก การถูกของมีคม และการถูกระเบิด ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 การแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2”

ที่มา: <https://gramho.com/media/1858662010922699011>

ทั้งนี้เมื่อเกิดการข้ามผ่านการสื่อสารได้ปรากฏให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของสื่อในลักษณะของการแปลงระดับอรรถะการสื่อสาร (meta-communication) จากประเด็นแรก คือ การปรับสภาพโครงสร้างของผิวและโครงสร้างของใบหน้า มาสู่ประเด็นที่สอง คือ การสร้างความสยดสยอง นั่นคือ รหัสของการแต่งหน้าที่มีบทบาทในการกำหนดความหมายเมื่อเกิดการข้ามผ่านการสื่อสารในทุกลำดับ ดังนั้นการแต่งหน้าจึงเกิดการแปลงรูปของตัวสื่อ ตัวสาร และอรรถะของการสื่อสารได้อยู่เสมอ ผู้ทำการสื่อสารล้วนจำเป็นต้องทำความเข้าใจการใช้รหัสแต่งหน้าที่มีบทบาทในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าตัวละครให้เกิดขึ้น เจกเซนที่ ศิริชัย ศิริกายะ (2558ก: 9) กล่าวว่า แท้จริงแล้วอรรถะของการสื่อสารเป็นผลมาจากการใช้รหัส ดังนั้นผู้เขียนจึงกล่าวได้ว่า รหัสสื่อเป็นองค์ประกอบของการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับความมากน้อยของความหมายทางการสื่อสารให้เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่

จากกระบวนการสื่อสารในเบื้องต้นได้บ่งชี้ให้เห็นว่า เมื่อเกิดการแต่งหน้าทำให้ใบหน้าที่เป็นสื่อเก่าที่ได้แปลงรูปเนื้อหาของตนให้กลายเป็นสื่อใหม่ โดยได้แสดงให้เห็นการควรรวมสื่อที่มีคุณลักษณะต่างกัน และสามารถสื่อการแปลงรูปร่างไปตามการควรรวมสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเป็นพลวัต เมื่อเกิดการแต่งหน้านั้นก็คือ “การข้ามผ่านทางการสื่อสาร” ที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล Fidler (1997) กล่าวว่า พื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงรูป คือ สื่อใหม่ไม่ได้อุบัติขึ้นอย่างทันทีทันใดแต่ สื่อใหม่ที่ค่อย ๆ เกิดขึ้นจากการก่อร่างสร้างตัวด้วยการเปลี่ยนแปลงรูปของสื่อเก่า และเมื่อเกิดสื่อใหม่ขึ้น สื่อเก่าเองก็มีแนวโน้มที่จะต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนาตัวเองไปเรื่อย ๆ แทนที่จะสูญหายไป ดังนั้นสื่อเก่าจึงไม่ได้หายไปแต่อย่างใด หากสื่อเก่าจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อการอยู่รอด

ดังนั้นการข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษจึงเป็นการควรรวม (convergence) สื่อหลายประเภทรวมเข้าไว้ด้วยกันในลักษณะการทับซ้อน (overlapping) ในการสื่อความหมายของการแต่งหน้า ดังนั้นการแต่งหน้าจึงมีลักษณะเป็นสื่อดิจิทัลด้วยตัวของมันเองที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่ ดังเช่นที่ Jan van Dijk (อ้างถึงใน เจริญพงศ์ ศรีสกุล, 2550: 16) กล่าวถึงลักษณะรูปแบบของสื่อดิจิทัลว่ามีลักษณะเป็นสื่อผสม (multimedia form) ซึ่งเกิดจากการ

แปลงรหัสเป็นดิจิทัล ดังนั้นการผสมผสานสัญญาณ การสื่อสารแบบต่าง ๆ รวมทั้งประเภทของข้อมูลที่หลากหลายจึงเกิดขึ้นได้ภายใต้สื่อใดสื่อหนึ่ง

ขุนพันธ์ VS ขุนโจร: การสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2” ผ่านมุมมองยุคหลังสมัยใหม่

การสื่อสารด้วยด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2” ได้นำการแต่งหน้าที่มีลักษณะของการปรากฏเห็น (image and appearances) อย่างคุ้นเคยในโลกแห่งความจริงมาประกอบสร้างความหมายขึ้นมาใหม่ผ่านตัวละครเอกในบทบาทของพระเอกคือ “ขุนพันธ์” และขุนโจรหรือผู้ร้าย คือ เสือฝ่าย และเสือใบ โดยได้มีการอ้างอิง เชื่อมโยง และผสมผสานระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่มีก่อนหน้านี้ สิ่งที่น่าสนใจ คือ กลวิธีหลังสมัยใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” ที่ในภาพยนตร์เรื่อง “ขุนพันธ์ 2” โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

มิติของการผลิตซ้ำ (reproduction)

การสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่มีลักษณะของการผลิตซ้ำ (reproduction) โดยการผลิตซ้ำการแต่งหน้าหน้าของตัวละครขึ้นมาใหม่ถือเป็นสิ่งที่มีคุณค่าในตัวตนของมันเอง ในทางกลับกันก็เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มคุณค่าหรือมนต์ขลัง (aura) ให้กับภาพต้นแบบหรือความจริงต้นแบบของ “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่า โดยเนื้อหาที่ถูกผลิตขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามความผันแปรของบริบทเสมอ ดังนั้นผลงานการแต่งหน้าที่ถูกผลิตซ้ำหลาย ๆ ครั้ง เป็นการนำภาพลักษณะในอดีตมาย้อนสร้างใหม่ (recycling old style) อย่างไรก็ดีข้อจำกัดของเวลาทางประวัติศาสตร์และก้าวข้ามผ่านผ่านขอบเขตที่ตอกตรึงเรื่องพื้นที่ ดังเช่นที่ Walter Benjamin (1933) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้การผลิตซ้ำเป็นสิ่งสมบูรณ์แบบ คือ การผลิตซ้ำเป็นสิ่งที่ช่วยลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่

สำหรับการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” เป็นการผลิตซ้ำภาพตัวแทนของวีรบุรุษ (hero) และยอดวีรบุรุษ (superhero) ญัฐ สุขสมัย (2551) กล่าวว่า วีรบุรุษ (hero) ผู้มีคุณสมบัติอันวิเศษ (extraordinary) เหนือกว่าคนธรรมดา และยอดวีรบุรุษ (superhero) ผู้มีคุณสมบัติหรือพลังอันเหนือธรรมชาติ (supernatural) โดยเป็นเรื่องในจินตนาการ (fantasy) เมื่อพิจารณาพบว่า การผลิตซ้ำด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” ได้มีการผสมรวมระหว่างภาพตัวแทนของวีรบุรุษและยอดวีรบุรุษ ในลักษณะกึ่งยอดวีรบุรุษ (light superhero) ในมิติของการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนโจร” ได้ผลิตซ้ำภาพตัวแทนของผู้ร้าย (villain) ที่เปี่ยมไปด้วยความชั่วช้า เลวทราม และโหดเหี้ยมตามความเคยชินที่ตามความเชื่อของสมาชิกในสังคม สอดคล้องกับชื่อของตัวละครที่มีคำว่า

“เสือ” ฐิติพงศ์ อินทรपालิต (2560: 74) กล่าวว่า อาชญากรนอกกฎหมาย มักจะเป็นพวกกลุ่มจอมโจรที่ ออกปล้นชิงทรัพย์สินจากชาวบ้าน ที่เรารู้จักกันได้ดีในนาม “เสือ” ที่ได้กล่าวถึงอาชญากรในอดีต ที่มีการ ก่อคดีอาชญากรรมร้ายแรง ปล้นและฆ่า ความดุร้ายและเหี้ยมโหด

นอกจากนี้ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า การแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” ยังเป็นการผลิตซ้ำภาพ ตัวแทนของวีรบุรุษแบบจอมเวทย์ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดยอดวีรบุรุษ (superhero) ในการวิจัย ของ ณัฐ สุขสมัย (2551) โดยเป็นการต่อยอดจากภาพของวีรบุรุษที่มีเวทย์มนต์ โดยขุนพันธ์ได้รับการ ขนานนามว่า “มือปราบจอมขมังเวทย์” ทางด้านของ กฤตยา ณ หนองคาย (2556: 252) กล่าวว่า พระเอกแบบจอมเวทย์ หมายถึง ตัวละครพระเอกที่เป็นปูชนะบุคคลธรรมดา คุณสมบัติภายในคือ เป็นผู้ที่มี จิตใจสูงส่งดีงาม มีคุณธรรมจึงเป็นผู้รับถ่ายทอดวิชาอาคม มีความรู้ไสยเวทย์ขั้นสูง เมื่อพิจารณา แล้วเห็นว่าภาพตัวแทนทั้งสองลักษณะมุ่งการสื่อความหมายถึงผู้ปกป้อง (guardian) ผู้แก้ไขสถานการณ์ ทางสังคม (reformer) ผู้ปราบปราม (vanquisher) และผู้ป้องกันการทุจริต (anti-corruption) โดยเป็น ความเสียสละตนเองเพื่อส่วนร่วมให้แก่ชาติบ้านเมือง และในขณะเดียวกันก็เป็นการผลิตซ้ำภาพของ ผู้ร้ายแบบจอมขมังเวทย์ ที่มีการใช้เวทย์มนต์คาถาในทางที่ผิด ดังที่ กฤตยา ณ หนองคาย (2556: 253) กล่าวว่า ผู้ร้ายแบบจอมขมังเวทย์ หมายถึง ตัวละครร้ายที่เป็นผู้ที่มีวิชาอาคม มีความรู้เชี่ยวชาญไสย เวทย์แก่กล้าและใช้วิชาไสยเวทย์ เช่น มนต์ดำ มนต์ละกตภูตผี ปีศาจ ในทางที่ผิด เป็นต้น

ดังนั้นการผลิตซ้ำด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ดังกล่าวทำให้เห็นถึง การต่อยอดการสื่อความหมายของวีรบุรุษและผู้ร้ายที่ฝังอยู่ในอุดมคติของสมาชิกในสังคมวัฒนธรรม ไทยให้เกิดความชัดเจนขึ้นโดยเป็นภาพตัวแทนที่มีความเข้มข้นในระดับของภาพต้นแบบ (archetypes) เปรียบเช่นเดียวกับ Jung (1963/1989 อ้างถึงใน อริชัย อรรถอุดม และ สรวุฒ อนันตชาติ, 2553: 3) กล่าวว่า ภาพต้นแบบจำนวนมากมาที่อยู่ที่ใจไร้สำนึกร่วม แสดงออกมาเป็นสัญลักษณ์ เช่น การเกิดการกลับมาเกิดใหม่ ความตาย อำนาจวิเศษ วีรบุรุษ พระเจ้า และปีศาจ และพบว่า นิทานปรัมปราและเทพนิยายในโลกวรรณกรรมล้วนแล้วแต่มีหลักการเดียวกันทั้งหมด ซึ่งการ เชื่อมโยงนี้เองที่ Jung เรียกกันว่า Archetype สอดคล้องกับ Graeme Burton (2002: 133) กล่าว ว่า ภาพต้นแบบ (archetype) เป็นภาพตัวแทนที่มีระดับของความเข้มข้นที่มากที่สุด โดยเป็นที่หยั่ง รากลึกลงไปในวัฒนธรรม ซึ่งมีความเกี่ยวโยงและสอดคล้องประสานกันไปกับความคิด ความเชื่อ ค่านิยม การให้คุณค่า รวมไปถึงอคติความเดียดฉันท์ของสังคมวัฒนธรรม ภาพต้นแบบที่ปรากฏในสื่อ เช่น วีรบุรุษหรือพระเอก วีรสตรีหรือนางเอก และตัวร้าย

มิติของความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (transtextuality)

ในกระบวนการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ได้ปรากฏให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (transtextuality) ในลักษณะของการเชื่อมโยงตัวบท (Intertextuality) Genette (1997: 1) ได้นำเสนอแนวคิดเรื่อง สัมพันธบท (Intertextuality) ว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ของการปรากฏหรือดำรงอยู่ร่วมกันระหว่างตัวบทสองตัวบทหรือการที่ตัวบทหนึ่งไปปรากฏอยู่ในตัวบทอื่น ๆ ซึ่งอาจปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากหรือน้อยหรือไม่ก็ตาม เช่นเดียวกับ Bakhtin (1987 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2553) กล่าวว่า ตัวบทต่าง ๆ ในโลกทุกวันนี้ ได้หันไปอ้างอิงและเชื่อมโยงซึ่งกันและกันโดยที่ไม่มีอะไรที่เป็นของใหม่จริง ๆ แล้ว การผลิตตัวบทใหม่ ๆ จึงเป็นเพียงการหยิบยืมตัวบทเก่า ๆ มาร้อยเรียงในแบบใหม่เท่านั้น สอดคล้องกับ เพ็ญศิริ เสวตวิหारी (2541: 21) กล่าวว่า การอ้างอิงถึงสิ่งที่มีอยู่ก่อนหน้านั้น เราเรียกว่า Intertextuality (สัมพันธบท) ลักษณะจะต้องเป็นไปเพื่อจุดมุ่งหมายเหมือนการกล่าวถึง (refer)

นพพร ประชากุล (2552) เปรียบเทียบสัมพันธบทระหว่างตัวบทต้นทางและตัวบทปลายทาง มี 3 รูปแบบ คือ 1) การขยายความ (extension) เป็นการเพิ่มเติมเนื้อหาในตัวบทปลายทางที่ตัวบทต้นทางให้ไว้ไม่ชัดเจนเพื่อเพิ่มรายละเอียดแต่ยังคงเนื้อหาโดยรวมให้เป็นไปตามตัวบทต้นทางเดิม 2) การตัดทอนหรือลดทอน (reduction) เนื้อหาบางส่วนจากตัวบทต้นทางลงไปบ้างโดยไม่ต้องไม่ตัดทอนหรือลดทอนประเด็นสำคัญหรือแก่นหลักที่อาจส่งผลกระทบต่อเนื้อหาโดยรวมหรือบิดเบือนออกไปจากฉบับเดิม และ 3) การดัดแปลง (modification) เนื้อหาตัวบทปลายทางจนทำให้แตกต่างไปจากตัวบทต้นทางเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ดังนั้นเมื่อพินิจถึงแนวคิดดังกล่าวเชื่อมโยงได้ว่า การแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” มีลักษณะของการเชื่อมโยงตัวบทในลักษณะของการยืมหรือสำเนาตัวบทอื่น ๆ (plagiarism) และการพาดพิงกับตัวบทอื่น ๆ โดยนัย (allusion) ถึงอีกตัวบทหนึ่ง โดยการแต่งหน้าได้ขยายเนื้อหาให้เกาใจให้ชัดเจนขึ้น ซึ่งการแต่งหน้ายังได้ลดทอนเนื้อหาของใบหน้าลง แต่ยังคงสภาพของโครงสร้างทางกายภาพของใบหน้าที่ดั้งเดิมไว้ นั่นคือการเลียนแบบ เปลี่ยนรูปและการดัดแปลงให้ใบหน้าเกิดการเปลี่ยนรูปร่างไปจากเดิม

หากพินิจแล้วพบว่าลักษณะการเชื่อมโยงตัวบทล้วนมีความเกี่ยวข้องกับภาพตัวแทนที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสารมวลชนที่ถูกเผยแพร่ทางหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร สุจิตร์ หนังสือพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ สุจิตร์อิเล็กทรอนิกส์ วิดีทัศน์ เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ฯลฯ เมื่อหันกลับมาพินิจถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่เกิดจากการเชื่อมโยงตัวบทกับภาพตัวแทนของ “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ซึ่งได้บ่งชี้ให้เห็นว่าได้เกิดลักษณะการเป็นปริสติดของตัวบท (Paratextuality) ในทัศนะของ Gerard Genette (1997) ได้กล่าวถึง ปริสติดของตัวบทเป็นการให้ความสำคัญกับตัวบทที่มีการแทรกหรือโผล่เข้ามา โดยตัวบทที่แทรกเข้ามาสามารถช่วยกำหนดและทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ตัวบทนั้น ๆ เช่นเดียวกับ Michel Serres (2007 อ้างถึงใน Steven D.

Brown, 2013) กล่าวว่า ปรสิต (Parasite) เป็นสิ่งรบกวนในการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสาร ที่มีความโดดเด่นและมีความหมายมากกว่าผู้ถูกอาศัย (host)

ดังนั้นปรสิตการสื่อสาร (Parasite of communication) ก็คือ สิ่งรบกวน (Noise) ในการสื่อสาร โดยเมื่อการแต่งหน้าได้เกิดการเชื่อมโยงตัวบทกับภาพตัวแทนได้ปรากฏให้เห็นมีลักษณะที่เรียกว่า ปรสิตที่อยู่ภายนอกตัวบท (Epitext) โดยภาพตัวแทนที่เข้ามาแทรกอยู่ในการแต่งหน้าตัวละคร ได้ผสมรวมให้การแต่งหน้ามีความหมายที่สมบูรณ์และความชัดเจนมากยิ่งขึ้นมากกว่าใบหน้าเดิมที่ปราศจากการแต่งหน้าและมีฐานะเป็นเพียงผู้ถูกอาศัย (host) โดยปรสิตตัวบทหรือสิ่งรบกวนที่เข้ามาเกาะบนใบหน้าในยุคดิจิทัล ได้แปรสภาพบทบาทของตนเองจากเดิมตามแบบจำลองการสื่อสารของ Shannon and Weaver (1949) กล่าวว่า “สิ่งรบกวน” เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการขัดขวางมิให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ ทว่าในยุคดิจิทัลปรสิตตัวบทที่เข้ามาเกาะบนใบหน้าได้ช่วยเสริมสร้างความหมายของตัวละครให้เกิดความสมบูรณ์และชัดเจนทางการสื่อสารได้

นอกจากนั้นการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ได้อาศัยความสัมพันธ์ของตัวบทในลักษณะการเป็นหุติยบท (Hypertextuality) ปรากฏอยู่ในการศึกษาของ Genette (1977: 25) เรื่อง Palimpsests: Literature in the Second Degree ในมุมมองของ Genette ลักษณะการเป็นหุติยบท (Hypertextuality) หมายถึง ลักษณะของตัวบทลำดับที่สอง โดยเป็นความสัมพันธ์ของตัวบท ที่เกิดขึ้นภายหลังหรือหุติยบท (hypertext) ทำการขยายตัวบทดั้งเดิมหรือปฐมบท (hypotext) กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทสองตัวบท ที่อยู่ในรูปแบบของการเลียนแบบ เปลี่ยนรูป ดัดแปลงและการผสมผสานลักษณะของตัวบทเดิม การล้อเลียนตัวบทเดิม ทั้งนี้ Genette (1977) ได้จำแนกประเภทของหุติยบทได้ 4 ประเภท ตามลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างหุติยบทและปฐมบทและลักษณะการพัฒนาหุติยบท คือ ได้แก่ 1. Parody คือ การแปลงรูปจากตัวบทเดิม มีวิธีการการบิดเบือนตัวบทเดิม 2. Travesty คือ การแปลงรูปจากตัวบทเดิม มีรูปแบบวิธีการ (stylistic) 3. Caricature คือ การเลียนแบบจากตัวบทเดิม ในลักษณะเชิงเสียดสี (satire) และ 4. Pastiche คือ การเลียนแบบจากตัวบทเดิม โดยปราศจากเจตนาของการเสียดสี เช่นเดียวกับ Real (1996: 239) กล่าวว่า Pastiche คือ การลอกเลียนด้วยการปะติดปะต่อภาพหรือความหมายต่าง ๆ ให้ปรากฏออกมาให้เห็นได้อย่างเด่นชัดในระดับผิวหน้า (Surface Level) นั่นคือ การนำส่วนต่าง ๆ ทั้งลักษณะเก่าและลักษณะใหม่มาผสมผสานปนเป โดยไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การล้อเลียน เสียดสีหรือเย้ยหยัน เพียงแต่มีจุดประสงค์ที่มุ่งทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินและบันเทิงเริงรมย์ ตามทัศนะของ Jameson (1992: 17 อ้างถึงใน เสาวณิต จุลวงศ์, 2557: 9) กล่าวว่า การล้อในศิลปะหลังสมัยใหม่เป็นเพียงงานลอกเลียนดัดต่อ (pastiche) ซึ่งเป็นการล้อที่ว่างเปล่า (Blank parody) เนื่องจากไม่มีนัยของความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (politics) หรือการแสดงออกถึงการบ่อนเซาะแบบแผน กฎเกณฑ์ หรือมาตรฐาน

การสร้างสรรค์การแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” จึงเป็นการแปลงรูป (transformation) ทางการสื่อสารในลักษณะของการลอกเลียน (Pastiche) จากตัวบทเดิม โดยในการสร้างความหมายเป็นการหยิบยืมลักษณะที่ปรากฏเป็นภาพตัวแทนของ “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” เพื่อสร้างเป็นตัวบทใหม่โดยปราศจากการเสียดสี ประชด เย้ยหยันหรือถากถาง แต่มีจุดประสงค์สำคัญ คือ การสร้างความบันเทิงและความรื่นรมย์เป็นสำคัญ ทั้งนี้การลอกเลียนลักษณะการแต่งหน้าดังกล่าวยังเป็นการเสริมตัวบท (expansion) ซึ่งการแต่งหน้าได้เข้ามาช่วยเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของใบหน้าที่มีฐานะเป็นปฐมบทให้มีความร่วมสมัยในลักษณะของการสร้างความใกล้ชิด (proximization) จนกลายเป็นชุดิยบทที่สามารถสื่อความหมายถึงตัวละครให้เกิดความสมบูรณ์และความชัดเจนยิ่งขึ้น ที่ปราศจากข้อจำกัดของเวลาและสถานที่

ดังนั้นการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ได้อาศัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท ได้ปรากฏให้เห็นว่าลักษณะการแต่งหน้าตัวละครเกิดจากการผสมรวมตัวบทต่าง ๆ คือ สัมพันธบท (Intertextuality) ประติของตัวบท (Paratextuality) และการเป็นชุดิยบท (Hypertextuality) ทั้งนี้ลักษณะของสารที่เกิดขึ้นทำให้เราประจักษ์ถึงจุดสิ้นสุดแห่งสุนทรียะ (artistic) ของความเป็นต้นแบบ (originality) ที่มีอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (unified subject) ทว่ากลับกลายเป็นการสร้างความสุนทรียะแห่งความลึกลับของความหมาย ทั้งนี้การทำความเข้าใจความหมายของการแต่งหน้าตัวละครในภาพยนตร์ได้ ผู้รับสารจำเป็นต้องรับรู้ถึงระบบสัญลักษณ์และรหัสที่แฝงอยู่ในการแต่งหน้าตัวละคร

มิติของการโหยหาอดีต (nostalgia)

การโหยหาอดีต (nostalgia) เป็นหนึ่งในบรรดาแนวคิดที่ถูกนำมาเข้ามามีประยุตต์ใช้เพื่อเสริมสร้างและเติมเต็มทางความหมายให้แก่ตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ซึ่งเป็นการสร้างอดีตกลับมาอีกครั้ง (period recreation) เมื่อพิจารณาจากแนวคิดของ McLuhan (1960 อ้างถึงใน เพ็ญศิริ เสวตวิหรี, 2541) ที่ได้กล่าวว่า กระจกมองย้อนหลัง (car’s rear-view mirror) วิถีทางสื่อโทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ ได้สร้างการรับรู้ของเราเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีต อันเป็นความสามารถที่จะ “มองย้อนกลับไปสู่อดีต” ของภาพต่าง ที่ปรากฏในโทรทัศน์ในการประกอบสร้างมุมมองและเหตุการณ์และกระบวนการ แห่งเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต สิ่งที่เกิดขึ้นจริงในอดีตนั้นได้สูญหายผ่านพ้นไปแล้ว แต่ได้ถูกแทนที่และถ่ายทอดในรูปแบบของการจำลอง จินตนาการและภาพลวงตา

สิ่งที่น่าขบคิด คือ การโหยหาอดีตที่เข้ามาผสมผสานในวิธีการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละครล้วนมาจากการทำเทียมหรือการลอกเลียนแบบ (simulation) ด้วยการอ้างอิงกับความเป็นจริงที่ได้มีการผสมผสานระหว่างภาพของ “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ความคิด และจินตนาการจนกลายเป็นภาพนิมิต (simulacrum) ซึ่งเป็นการสำเนาที่ไม่มีตัวต้นฉบับจริง (copies without original) การ

แต่หน้าจึงได้กลายเป็นความจริงเชิงสมมติ (hyperreality) ที่ เป็นความจริงในแบบของตัวเองและลบ เลือนความแตกต่างระหว่างความจริง (real) กับสิ่งที่ปรากฏให้เห็น (appearance) ความจริงถูกแทนที่ ด้วยความจริงเชิงสมมติที่ไม่จำเป็นต้องตามหาความเป็นจริงอีกต่อไป ดังเช่นที่ Jean Baudrillard (1981) กล่าวว่า โลกของเราไม่มีสิ่งที่เรียกว่าจริงอีกต่อไป มันแทนที่ด้วยสภาวะของความจริงเชิง สมมติ ภาพจำลองของความจริงไม่มีการเชื่อมต่อจากความจริงก่อนหน้านี้ ดังนั้นขอบเขตของความจริง กับความจริงเชิงสมมติล้วนมีความคลุมเครืออย่างมากในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่ ฉะนั้นการ แต่งหน้าจึงเป็นภาพนิมิตที่สร้างความหมายใหม่ได้ด้วยตัวของมันเองและเป็นความจริงในแบบของตนเอง ที่สมาชิกในสังคมยอมรับได้

ทั้งนี้การสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ได้แสดงให้เห็นถึงการโหยหาอดีตผ่านการใช้หลักความเป็นคู่ตรงข้ามที่เข้ามาช่วยในการสื่อความหมายถึงการ ถวิลหาอดีต เช่น การเปรียบเทียบคู่ตรงข้ามระหว่าง “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” เพื่อสื่อความหมายถึง ความดีงามและความเลวทราม ทั้งนี้การแต่งหน้าตัวละครได้นำเราย้อนกลับไปอยู่ในห้วงเวลาของอดีต เนื่องจากการแต่งหน้าตัวละครได้มีการเชื่อมโยงกับลักษณะการแต่งหน้าของนักแสดงและศิลปิน ชายฝั่งตะวันตกที่เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 20 Radhika Patel (2020: 116) กล่าวว่า ช่วงปลาย ศตวรรษที่ 20 การแต่งหน้าสำหรับผู้ชายได้รับความนิยมมากในหมู่ดารา นักแสดง ศิลปินแนวร็อก แอนด์โรล เช่น Steven Tyler, David Bowie และ Prince การแต่งหน้าเน้นความคมชัดด้วยการใช้ สีโทนน้ำตาลและสีดำ ในแง่นี้ผู้เขียนมองว่า การแต่งหน้าเป็นวัฒนธรรมที่สามารถถ่ายทอดและ แพร่กระจายถึงกันและกันได้ในลักษณะ วัฒนธรรมบรรจบกัน (convergence culture) จากการ เอื้ออำนวยและการพัฒนาของเทคโนโลยี ดังที่ สาธิตา เตชะภัทรพร (2541) กล่าวว่า ปัจจุบันความ เจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์แปรเปลี่ยนไปเกิดการถ่ายทอดและ การหลั่งไหลของวัฒนธรรมจากที่หนึ่งมาสู่ที่หนึ่งได้ และวัฒนธรรมการแต่งหน้าก็เช่นเดียวกันที่มีความ แพร่หลายไปได้ทั่วโลก เมื่อเพ่งพินิจถึงลักษณะการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” จึงทำ ให้เห็นชัดเจนว่า ลักษณะการแต่งหน้าให้ความสำคัญไปที่การใช้โทนสีดำและสีซีเปีย ซึ่งแสดงออกให้ เห็นถึงการโหยหาอดีตด้วยการใช้สีในเชิงสัญลักษณ์ เพื่อสื่อความหมายถึงความเก่าแก่ ความโบราณ และอดีตอันยาวนาน สอดคล้องกับ ศศิธร คนทน (2558: 60) กล่าวว่า โทนสีซีเปียเป็นโทนสีน้ำตาลที่ มีอิทธิพลต่อความรู้สึกให้นึกถึงเรื่องราวเก่า ๆ โบราณ

ดังนั้นการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าของตัวละครเกิดจากการลอกเลียนแบบ จน กลายเป็นภาพนิมิต ที่ เป็นความจริงในแบบของตัวเองที่สังคมยอมรับได้ โดยทำให้ผู้รับสารได้ ย้อนกลับไปพบกับภาพของตัวละครในอดีตที่ตราตรึงอยู่ในความทรงจำอีกครั้ง สอดคล้องกับแนวคิด ของ Kelly (1986 อ้างถึงใน พัฒนา กิตติอาษา, 2546) ที่กล่าวว่า การโหยหาอดีตเป็นการจินตนาการ ถึงโลกในอดีตที่ได้ผ่านหรือสูญเสียไปแล้ว โดยที่เราสามารถสัมผัสหรือจับต้องสิ่งที่สูญเสียไปแล้ว

เหล่านั้นได้อีกครั้ง ทั้งนี้การสร้างควมหมายจึงเกี่ยวข้องกับความจริงจำของช่วงเวลาในอดีตที่มีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบท (context) ที่มีบทบาทในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าตัวละครให้เกิดขึ้น นอกจากนี้การแต่งหน้าตัวละครยังช่วยขยายประสบการณ์ของผู้รับสารในมิติของการระลึกถึงคุณงามความดีและสัจธรรมของชุมชน ในทางกลับกันเผยให้เห็นถึงความชั่วช้าเลวทราม และโหดเหี้ยมจากการแต่งหน้าของขุนโจร ดังนั้นการแต่งหน้าตัวละครจึงเป็นการตอกย้ำและทำให้เราตระหนักรู้ทางด้านสังคม คุณธรรมและจริยธรรมที่ผสมผสานอยู่กับการแต่งหน้าตัวละคร

มิติของความไม่ต่อเนื่อง (discontinuity)

Worthen (1995 อ้างถึงใน เพ็ญสิริ เศวตวิหारी, 2541) กล่าวว่า ในยุคหลังสมัยใหม่เป็นช่วงรอยต่อของการเปลี่ยนแปลงแนวคิดระหว่างคิดแบบเหตุผลกับระบบคิดที่ให้ความสำคัญเรื่องทางจิตใจ ลักษณะการดำเนินในเชิงเหตุผลอย่างต่อเนื่องจึงถูกปฏิเสธ และหันมาให้ความสำคัญทางด้านอารมณ์มากขึ้น ปฏิเสธการเล่าเรื่องเชิงเดี่ยวที่เป็นเส้นตรง (single story line) หรือลำดับเรื่องตามเวลา (chronological order) ที่มีลักษณะตามลำดับเรื่องราวที่เป็นมาตรฐาน แต่กลับเน้นการเล่าเรื่องแบบแยกส่วน (fragmentation) โดยไม่จำเป็นต้องใช้เพียงแค่ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลตามหลักวิทยาศาสตร์ที่เคยมีมา

การสร้างควมหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันซ์” และ “ขุนโจร” ได้แสดงให้เห็นถึงการก้าวข้ามผ่านและการสลับไปมาในมิติเรื่องเวลาและสถานที่ซึ่งมีลักษณะของความไม่ต่อเนื่อง (discontinuity) โดยการแต่งหน้าตัวละครได้ก้าวข้ามผ่านมิติของเวลาที่ไม่ได้ถูกตอกตรึงหรือยึดติดด้านเวลา และยังได้ก้าวพ้นมิติเรื่องของสถานที่ที่ถูกพันธนาการเอาไว้อย่างเช่นเดิม การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครที่ปรากฏในภาพยนตร์อันเปรียบเสมือนโลกเสมือนจริงหรือเหตุการณ์เทียม (pseudo-event) โดยที่ศิลปิน คือ ช่างแต่งหน้าสามารถสร้างสรรค์ผลงานการแต่งหน้าโดยปราศจากความต่อเนื่องในมิติของเวลาและสถานที่ ดังนั้นการแต่งหน้าตัวละครจึงเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะของความไม่คงที่และไม่สม่ำเสมอของเวลาและสถานที่ (erosion of time and space) สอดคล้องกับ ศิริชัย ศิริกายะ (2558: 10) กล่าวว่า เรื่องเวลาและสถานที่ที่ไม่มีลักษณะของความต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับในอดีต ปัจจุบัน อนาคต ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและพื้นที่ก็ไม่ถูกกำหนดตายตัวลงไปคนสามารถเดินทางข้ามผ่านเวลาและสถานที่ภายในโลกเสมือนจริงของสังคมหลังสมัยใหม่ด้วยการช่วยเหลือของเทคโนโลยีการสื่อสาร

ดังนั้นการสร้างควมหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละครมีลักษณะเป็นความจริงเชิงสมมติ (Hyperreality) แสดงให้เห็นถึงความไม่ต่อเนื่องของมิติทางด้านเวลาและสถานที่ โดยเปลี่ยนไปได้ อย่างเป็นพลวัต นอกจากนี้ผู้เขียนสังเกตว่า ผู้ทำการสื่อสารหรือช่างแต่งหน้าจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงบทประพันธ์ โดยการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายใน คือ การศึกษาบุคลิกลักษณะ (characteristic)

ปูมหลัง (background) การกระทำ (action) และสภาพแวดล้อมหรือบริบท (context) และปัจจัยภายนอก คือ ผู้กำกับ ผู้อำนวยการผลิต และผู้อำนวยการสร้าง ซึ่งมีฐานะเป็นตัวสื่ออีกประเภทหนึ่ง โดยทั้งหมดสามารถแปรสภาพเป็นรหัสที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าตัวละครในภาพยนตร์ และอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาของการแต่งหน้าได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นสิ่งที่พึงระลึกในการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละครในภาพยนตร์ยังต้องปรับประยุกต์ ผสมผสานและบรรจบหลักการทำงานแบบ Form Follow Fun และ Fun Follow Form เพื่อสร้างทำให้เกิดความบันเทิงและในขณะเดียวกัน ก็ให้ความรู้ไปด้วยในตัว ดังนั้นวิธีการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละครดังกล่าวถือเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ได้ ในกระบวนการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครต่าง ๆ ได้ในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัย

สรุป

การข้ามผ่านทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษในภาพยนตร์ทั้งสองลำดับได้ปรากฏให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในลักษณะที่ตัวสื่อเดิมในลำดับต้นถูกแปลงรูปร่างมาเป็นตัวสารของสื่อใหม่ในอีกลำดับใหม่ การแต่งหน้าจึงมีฐานะเป็นสื่อและในเวลาเดียวกันก็เป็นสารได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งมีลักษณะความสัมพันธ์ตามแนวคิด “สื่อก็คือสาร” ของ (McLuhan, 1964) ดังนั้นเมื่อการแต่งหน้าในฐานะที่เป็นสื่อจึงมีพลังอำนาจในการกำหนดความคิด การรับรู้ และประสบการณ์ของคนได้ เฉกเช่นเดียวกับที่ กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน กัจจร หลุยยะพงศ์, 2547: 24) กล่าวว่า ภาพยนตร์มีศักยภาพในการประกอบสร้างภาพเพื่อปั้นแต่ง ปรงปรับความจริง ภาพยนตร์จึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความคิดของคน

ทั้งนี้เมื่อเกิดการแปลงรูปของสื่อในแต่ละลำดับยังปรากฏให้เห็นว่า สื่อที่เกิดขึ้นมีลักษณะเป็น “ปรสิตรัฐสาร” หรือ “ปรสิตรัฐบท” ที่เข้ามาช่วยเสริมสร้างและเติมเต็มความหมายของการแต่งหน้าในแต่ละลำดับให้เกิดความสมบูรณ์และความชัดเจนขึ้น นอกจากนี้เมื่อพินิจถึงลักษณะการข้ามผ่านการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครด้วยเทคนิคพิเศษ ได้ปรากฏให้เห็นลักษณะ “การควบรวมของสื่อ” โดยได้เกิดการซ้อนทับการสื่อความหมาย โดยการการหีบยืม ยุบรวม (implosion) และถ่ายโยงผสมผสานสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกันในลักษณะที่เรียกว่าการบูรณาการของการสื่อสาร จนเกิดเป็นสื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัลขึ้น สอดคล้องกับ Jay David Bolter (2002: 77) กล่าวว่า สื่อที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล มีลักษณะของการทำสื่อขึ้นใหม่ (remediation) โดยสื่อดิจิทัลนั้นล้วนเกิดจากกระบวนการหีบยืม ผสมผสานและปรับปรุงรูปแบบที่เคยมีมาแต่ดั้งเดิม เพื่อสร้างความบันเทิงเร้าอารมณ์

สำหรับการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าตัวละคร “ขุนพันธ์” และ “ขุนโจร” ที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดการผลิตซ้ำ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท การโหยหาอดีต และความไม่ต่อเนื่อง ที่สามารถผสมผสานและแปรสภาพเป็นรหัสที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความหมายน้อย

ของความหมายของการแต่งหน้าตัวละครในภาพยนตร์ ทั้งนี้เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะการแต่งหน้าก็จะทำให้อัตตะของการสื่อสาร (Mata Communication) เปลี่ยนแปลงไปด้วยเสมอซึ่งล้วนเป็นผลมาจากการใช้รหัสในการแต่งหน้าที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการสร้างความหมายจึงมีลักษณะของความซับซ้อน (complexity) และมีความคลุมเครือ (vagueness) ทางการสื่อสาร ทว่าสิ่งที่จะขจัดความคลุมเครือทางการสื่อสารได้จำเป็นต้องอาศัยช่างแต่งหน้าผู้มีประสบการณ์ที่สามารถคัดสรร (Selection) และนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าวมาแปรสภาพเป็นรหัสในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าตัวละครให้เกิดขึ้นในภาพยนตร์

ทั้งนี้สิ่งที่ผู้เขียนนำเสนอไม่ได้เป็นกฎเกณฑ์มาตรฐาน ความคิดรวบยอดที่ตายตัวหรือเป็นความจริงแท้ที่สมบูรณ์ ดังที่ Hebdige (อ้างถึงใน David Morley, 1996: 58) กล่าวว่า ภาวะหลังสมัยใหม่ คือ 1. การปฏิเสธข้อสรุปรวบยอด (against totalization) 2. การปฏิเสธความแน่นอนชัดเจน (against teleology) และ 3 การปฏิเสธความจริงสมบูรณ์ (against utopia) ดังนั้นบทความนี้จึงเป็นวิธีการหนึ่งผู้ที่สนใจสามารถนำไปปรับเปลี่ยน (adaptation) ใช้ในการศึกษาและพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ด้านการสื่อสารในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่ ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2552: 4) กล่าวว่า “เราได้มาถึงยุคสิ้นสุดของเหล่าเก่าในขวตใหม่ หรือ เหล่าใหม่ในขวตเก่า แล้ว เพราะทั้งเหล่าและขวต (Elements) ล้วนแล้วแต่เป็นของเก่าทั้งสิ้น แต่น่าจะมี “วิธีริน” (Organization หรือ Relation) ที่ยังคงแปลกใหม่ได้”

เมื่อพิจารณาถึงการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าตัวละครไม่ว่าจะเป็นการแต่งหน้าเพื่อแสดงบุคลิกลักษณะ (Character Makeup) และการแต่งหน้าด้วยเทคนิคพิเศษ (Special Effects Makeup) ได้ปรากฏให้เห็นมีการดำรงอยู่ร่วมกันของใบหน้าและการแต่งหน้าในลักษณะการปฏิบัติสัมพันธ์แบบพึ่งพา (mutualism) ตามแนวคิดของ Kisho Kurokawa (1994 อ้างถึงใน กฤษณ์ ทองเลิศ, 2545) กล่าวคือ เมื่อเกิดการแต่งหน้าตัวละครได้ทำให้ใบหน้าและการแต่งหน้าต่างได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย และหากแยกจากกันจะเกิดผลเสียขึ้น ดังนั้นในการแต่งหน้าตัวละครจึงแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการแต่งหน้าและใบหน้าในลักษณะที่ผูกติดอยู่ด้วยกันตลอดไป โดยการแต่งหน้าถือเป็นการสื่อสารในลักษณะที่ไม่ตายตัว (arbitrary) จำเป็นต้องพิจารณาการใช้รหัสในการแต่งหน้าตัวละครเสมอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารได้ในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่

ดังนั้นในฐานะที่การแต่งหน้าเป็นการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานของ “ศิลปะ” จึงสามารถสร้างสุนทรียศาสตร์แห่งความบันเทิงและความรื่นรมย์ในยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่ได้ ในปัจจุบันการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าได้ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ที่ศิลปะ คือ การแต่งหน้าได้ตอบสนองต่อทุนนิยมตามแนวคิดหลังสมัยใหม่ โดยการแต่งหน้าได้กลายเป็นศิลปะเชิงการค้า (commercial art) ที่สามารถสร้างอาชีพและเพิ่มมูลค่าทางการทำงานได้ ดังเห็นจากปัจจุบันได้เกิดช่างแต่งหน้าที่มีชื่อเสียงและมีผลงานที่สามารถสร้างมูลค่าได้ในโลกยุคดิจิทัลหรือยุคหลังสมัยใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยา ณ หนองคาย. (2556). พระเอกและผู้ร้ายในภาพยนตร์แนวต่อสู้ผจญภัยของไทย: การวิเคราะห์ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญา อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2554). การผสมผสานรูปแบบ การสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย ที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สัมพันธบท (Intertextuality): เหล้าเก่าในขวดใหม่ในการสื่อสารศึกษา. วารสารนิเทศศาสตร์, 27(2): 1-29.
- _____. (2553). แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2547). หนังสือชุด: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจริญพงศ์ ศรีสกุล. (2550). การออกแบบเนื้อหาส่วนควบและส่วนขยายในสื่อทีวีภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติพงศ์ อินทรपालิต. (2560). การเล่าเรื่องขุนโจรจากเหตุการณ์จริง ในนวนิยายชุด “เสือใบ-เสือดำ” ของ ป.อินทรपालิต. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐ สุขสมัย. (2551). การสร้างความหมายใหม่ของ “วีรบุรุษและยอดวีรบุรุษ” ในภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐปคัลภ์ อัครภูริณาคินทร์. (2563). กลวิธีการเล่าเรื่อง และการใช้ภาษาภาพยนตร์ ในภาพยนตร์ที่กำกับโดย หม่อมหลวงพันธุ์เทวนพ เทวกุล. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 24(3): 207-219.
- ธิคุณ สุภาสัย. (2550). แนวความคิดยุคหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์: กรณีศึกษาภาพยนตร์ของหว่องกาไว. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นพพร ประชากุล. (2552). ยกอักษรย้อนความคิดเล่ม 1. กรุงเทพฯ: อ่านและวิภาษา.
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

- เพ็ญสิริ เศวตวิหारी. (2541). อิทธิพลของแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยของผู้กำกับรุ่นใหม่ ระหว่างปี พ.ศ.2538-2540. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิธร คนทน. (2558). การพัฒนาเนื้อดินสี สำหรับโมเสกเซรามิกโชนสีซีเปีย. วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 8(1): 59-69.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2559). ทฤษฎีควอนตัมฟิสิกส์กับการควรรวมและการแปลงรูปองค์ประกอบการสื่อสารในยุคดิจิทัล. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 15(19): 7-9.
- _____. (2558ก). แบบจำลองการสื่อสารในยุคดิจิทัล. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 13(15): 8-13.
- _____. (2558ข). ข้อเสนอแนะประเด็นการสื่อสารเพื่องานวิจัยนิเทศศาสตร์ตามแนวคิด “ปฏิสัมพันธ์” (Symbiosis) ในยุคดิจิทัล. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 14(16): 7-11.
- สาธิตา เตชะภัทรพร. (2541). บทบาทของการแต่งหน้าในฐานะเป็นส่วนขยายความรู้สึกทางด้านจิตใจในสื่อวิทยุโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายสม วงศาสุลักษณ์. (2536). บทบาทของงานพิธี ในฐานะที่เป็นสื่อ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธรรม อารีกุล. (2559). การเจริญเติบโต. ค้นเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2564, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/page=t19-5-infodetail02.html>.
- เสาวณิต จุลวงศ์. (2557). วงวรรณกรรมไทยในกระแสหลังสมัยใหม่ (จบ). สงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 20(1): 3-28.
- อริชัย อรรถอุดม และ สราวุธ อนันตชาติ. (2553). การพัฒนาแนวคิดและมาตรวัดต้นแบบตราสินค้าวิบุรุษในเชิงการสื่อสารการตลาด. วารสารนิเทศศาสตร์, 28(4): 1-20.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. (Sheila Faria Glaser, Trans.). Michigan: Michigan UP.
- Benjamin, W. (1933). “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction” in *Illuminations*. H. Arendt (ed.). New York: Schocken Books.
- Bolter, J.D. (2002). *Formal analysis and cultural critique in digital media theory*. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 8(4): 77-88.
- Brown, S.D. (2013). *In praise of the parasite*. Informática na Educação: Teoria e Prática, 16(1): 83-100.

- Burton, G. (2002). **More Than Meets the Eyes: An Introduction to Media Studies**. New York: Arnold.
- Fidler, Roger F. (1997). **Mediamorphosis: understanding new media**. Thousand Oaks, Calif: Pine Forge Press.
- Genette, G. (1997). **Literature in the Second Degree**. Translated by Channa Newman and Claude Doubinsky. London: University of Nebraska Press.
- McLuhan, M. (1964). **Understanding media: The extensions of man**. New York: McGraw-Hill.
- Morley, D. (1996). **Postmodernism: the rough guide**. in J.Curran, D. Morley and V. Walkerdine (eds) *Cultural Studies and Communication*, Arnold, New York.
- Radhika Patel, (2020). **Wrong the humanity issue**. Retrieved may 25th, 2021, from <https://online.fliphtml5.com/zauxk/uvms/#p=1>.
- Real, M. (1996). **Exploring Media Culture**. London: Sage Publications.
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). **The Mathematical Theory of Communication**. Urbana. IL: University of Illinois Press.