

การลอกเลียน: The Mask Singer การซ้อนทับการสื่อความหมายของการ แต่งหน้าของกรรมการภายใต้วัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่

Pastiches: The Mask Singer Signification Overlapping of Makeup for Judges
under Cultures in Postmodern Age

กฤษณ์ คำนนท์

Krit Kamnon

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Faculty of humanities and social sciences Sisaket Rajabhat University, Thailand

E-mail: web_webmaz@live.com

Received March 6, 2021; Revised March 26, 2020; Accepted May 10, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการเปลี่ยนแปลงรูปของการสื่อสาร และ
ซ้อนทับการสื่อความหมายของการแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The mask singer เพื่อความอยู่
รอดในสังคมยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า การแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The
mask singer มีลักษณะเป็นสื่อลูกผสม อันเกิดจากได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปของสื่อ ในลักษณะการ
เปลี่ยนแปลงรูปร่างสมบูรณ์ คือ การแต่งหน้าได้แปลงรูปของใบหน้าให้มีลักษณะที่ผิดแผกแตกต่างไป
จากใบหน้าที่ดั้งเดิม และการเปลี่ยนแปลงรูปร่างกึ่งสมบูรณ์ คือ การแต่งหน้าได้แปลงรูปของใบหน้าที่มี
ลักษณะแตกต่างจากใบหน้า จนสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ยังพบว่าการสื่อสารด้วยการแต่งหน้า
ของกรรมการในรายการ The mask singer ได้เกิดการซ้อนทับการสื่อความหมายจากการเชื่อมโยงตัว
บทในลักษณะพันธุภาพโดยเป็นการสร้างตัวบทใหม่จากตัวบทดั้งเดิมด้วยการใช้จินตนาการสร้างสรรค์
ผ่านการลอกเลียน เพื่อสร้างความบันเทิงและความรื่นรมย์

คำสำคัญ: การลอกเลียน; การซ้อนทับการสื่อความหมาย; การแต่งหน้า; วัฒนธรรม; ยุคหลังสมัยใหม่

Abstract

This article aimed to analyze characteristics of trans-communication and signification
overlapping of makeup for judges on the show “The Mask Singer” in the postmodern age. The

study revealed that the judge makeup was media hybrid resulting from channel changes through complete metamorphosis which was face shape changes from the original and incomplete metamorphosis which was the other obvious face change. Furthermore, communication was intertextuality overlapping in architextuality. It was new context from the former one using creative imagination through pastiche for entertainment and aesthetics.

Keywords: pastiche; signification overlapping; makeup; culture; postmodern age

บทนำ

สื่อโทรทัศน์ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างสมบูรณ์เมื่อ พ.ศ. 2559 สร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่วงการโทรทัศน์มากมาย รายการโทรทัศน์จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับระบบดิจิทัลเพื่อสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร เกิดการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในรายการโทรทัศน์ด้วยกัน รวมถึงแข่งขันกับเนื้อหาผ่านสื่อใหม่ (เดวิด หอมจันทร์ และ ณัฐพงศ์ แยมเจริญ, 2562) ดังเช่นที่ ปิยะรัตน์ ชูเรือง (2560) ได้ศึกษาถึงการปรับตัวด้วยการการแพร่กระจายเนื้อหาของรายการ The Mask Singer ใน 2 รูปแบบ คือ 1. รูปแบบเนื้อหารายการแบบจำกัด เป็นการออกอากาศรายการบนแพลตฟอร์มดั้งเดิมผ่านสื่อโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ของเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23 และแพลตฟอร์มฟอร์มออนไลน์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ 2. รูปแบบเนื้อหารายการแบบไม่จำกัด โฉมทำเสนอเนื้อหาของรายการผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เช่น แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก แพลตฟอร์มยูทูบ แพลตฟอร์มเว็บไซต์ และแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน

รายการบันเทิงจะมีส่วนช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวันได้ดี รายการประเภทวาไรตี้ได้รับความนิยมและมีการแข่งขันที่สูงอย่างมาก ซึ่งหนึ่งในรายการวาไรตี้ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงก็คือรายการ The Mask Singer ผลิตโดยมีบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (ภารดี ภัทรโชคชัย และ แอนนา จุมพลเสถียร, 2559) The Mask Singer ออกอากาศตอนแรกในวันที่ 6 ตุลาคม 2559 จนถึงปัจจุบัน ที่มีฤดูกาลแข่งขันมากถึง 10 ฤดูกาล โดยตัวรายการได้สร้างความบันเทิงจากรูปแบบรายการ การสร้างสรรคหน้ากาก เครื่องแต่งกาย สีลาการแสดง และการร้องเพลงของนักร้องผู้ร่วมแข่งขัน

“กรรมกร” ถือหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความบันเทิงและทำให้รายการดำเนินไปอย่างสนุกสนาน สิ่งที่สร้างความโดดเด่นให้แก่กรรมกรที่มีความน่าสนใจไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการสร้าง ความหมายของนักร้องผู้เข้าแข่งขัน คือ “การแต่งหน้า” ที่ฐานะเป็นการสื่อสาร โดย รายการ The Mask วรรณคดีไทย, The Mask งานวัด และ The Mask ลูกไทย ได้นำการแต่งหน้ามาช่วยเสริมสร้างความหมายให้พิธีกรในรายการ The mask singer ให้มีความน่าสนใจขึ้น จนเกิดเป็นกระแสไวรัล (Viral) ที่ช่วยช่วงชิงเรตติ้ง (Rating) ของรายการให้กลับมาอีกครั้ง ท่ามกลางรายการประกวดแข่งขันร้องเพลง

ที่เกิดขึ้นราวกับดอกเห็ดในปัจจุบัน โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเชื่อมโยงตัวบท (Intertextuality) ผสมผสานกับการใช้จินตนาการสร้างสรรค์ (Creative Imagination) ผ่านการลอกเลียน (Pastiche) ที่สร้างภาพลักษณ์ของกรรมกรในรายการขึ้นมาให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากกรรมกรในรายการแข่งขันร้องเพลงอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล

งานเขียนชิ้นนี้ผู้เขียนพยายามที่จะอธิบายให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและความอยู่รอดของการแต่งหน้าในยุคดิจิทัล โดยการแต่งหน้าของกรรมกรสามารถช่วยเสริมสร้างให้รายการเกิดความสนุกสนาน ความบันเทิงและความรื่นรมย์ นำไปสู่การพัฒนาทางวิชาการ และสามารถนำวิธีการไปปรับประยุกต์ใช้ในการผลิตงานด้านวิชาชีพสื่อสารมวลชนได้ในปัจจุบัน

การแปลงรูปแบบของการสื่อสาร (Trans-communication) ด้วยการแต่งหน้ากรรมกรใน The mask singer ที่อุบัติขึ้นในยุคดิจิทัล

รายการเกมส์โชว์หลายเกมส์ที่มักมีการเล่นกับ “ร่างกาย” (เช่นเดียวกับการละเล่นแบบพื้นบ้านในงานเทศกาลฉลองคานิวัลต่าง ๆ เนื่องจากร่างกายของคนมีสถานภาพหลาย ๆ อย่างเช่น อาจเป็นบริเวณที่ถูกสังคมควบคุม (เช่น ห้ามผู้หญิงนั่งไขว่ห้าง ต้องยืนตรงทำความเคารพธงชาติ ฯลฯ) เป็นสถานที่แห่งเอกลักษณ์ (site of identity) เช่น เป็นคนรูปร่างผอมสูง อ้วนจ้ำม่ำ ช่วงขายาวเรียว ฯลฯ รวมทั้งเป็นอาณาบริเวณที่เจ้าของร่างกายหรือคนอื่นจะมาใช้หาความสุข (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) หากเพ่งพินิจจากแนวคิดดังกล่าวแล้วพบว่า การแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer ได้ใช้ร่างกายในส่วน “ใบหน้า” ถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเพลิดเพลินในรายการ ซึ่งการแต่งหน้านั้นสามารถขยายประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ชมรายการในทุกสัปดาห์เมื่อรายการออกอากาศ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการแสวงหาความบันเทิงที่น่าสนใจ

การแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer ในฐานะที่เป็นตัวสื่อมีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงรูปทางการสื่อสารของตัวสื่อ โดยการแต่งหน้าที่มีลักษณะเป็นภาพตายตัว ซึ่งการรับรู้ของบุคคลในสังคมมีฐานะเป็นสื่อเก่าที่ไม่ได้ตายไปไหน หากแต่ได้กลับไหลเท่านั้น อนึ่งการแต่งหน้าได้ปรับเปลี่ยนโดยถูกปลูกให้ตื่นขึ้นมาอีกครั้ง เพื่อความอยู่รอดในสังคมยุคดิจิทัล ผู้เขียนจึงได้นำแนวคิดเรื่องการผสมผสาน (hybrid) ของ McLuhan (1964 อ้างถึงใน ยุทธนา สุวรรณรัตน์, 2559) ได้กล่าวไว้ ถึงปรากฏการณ์การผสมผสาน หรือการพบกันของสองสื่อว่า คือ ช่วงเวลาที่เกิดขึ้นจริงเป็นปรากฏการณ์ที่รูปแบบใหม่ได้ถือกำเนิดขึ้น เป็นช่วงเวลาของการเป็นอิสระและปลดปล่อยจากสภาวะดั้งเดิมที่สื่อเคยสร้างให้เกิดขึ้นกับผัสสะต่าง ๆ ของคนเรา

จากที่กล่าวไปข้างต้นจะเห็นว่าผู้เขียนเห็นว่า ลักษณะการแต่งหน้าของกรรมกรมีฐานะเป็น “ตัวสื่อ” (Media) ได้ทำให้การเปลี่ยนแปลงรูปจากสื่อดั้งเดิมซึ่งก็คือ ธรรมชาติของใบหน้ามนุษย์ (Medium) กลายเป็นสื่ออีกตัวหนึ่งหรือสื่อใหม่ขึ้น โดยสื่อดั้งเดิมได้เข้าไปรวมกับสื่อหนึ่งในลักษณะที่เป็นตัวสารของสื่อใหม่นั้นเอง ดังนั้นการแต่งหน้าจึงมีอิทธิพลกำหนดให้ตัวสื่อเดิมให้กลายมาเป็นสารของตัวมันเองได้ เช่นเดียวกับที่ ศิริชัย ศิริกายะ (2558ก) กล่าวว่า ในยุคดิจิทัลตัวสื่อมีพลังอำนาจ

มากกว่าตัวสาร เมื่อสื่อชนิดหนึ่งกลายเป็นตัวสารของสื่ออีกชนิดหนึ่งสืบทอดต่อเนื่องกันไป สารถูกจำกัดด้วยธรรมชาติของสื่อที่นำเอาตัวสารนั้นมาเป็นตัวเนื้อหาของตน

เมื่อพิจารณาว่าการแต่งหน้าของกรรมมีฐานะเป็นตัวสื่อที่สามารถกำหนดความหมายของเนื้อหาหรือตัวสื่อ โดยเมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะธรรมชาติของสื่อ ตามแนวคิดของ McLuhan ได้แบ่งสื่อเป็น 2 ประเภทได้แก่ สื่อร้อน (Hot media) และสื่อเย็น (Cold media) โดยสื่อร้อน จะมีลักษณะที่ให้รายละเอียดมาก จินตนาการมาก คนเราจะเพิ่มเติมได้น้อยมีส่วนร่วมก็จะน้อยตามไปด้วย สื่อเย็นจะมีลักษณะที่ให้รายละเอียดน้อย จินตนาการน้อย คนเราจะเพิ่มเติมได้มาก การมีส่วนร่วมก็จะมาตามไปด้วย (อภิวัฒน์ อ่อนแก้ว, 2551) เราจึงสามารถนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาช่วยจำแนก คุณลักษณะของการแต่งหน้ากรรมในรายการ The mask singer โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มกรรมการใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เข้มข้น และกลุ่มกรรมการใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เบาบาง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มกรรมการใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เข้มข้น ในรายการ The Mask วรรณคดีไทย, The Mask งานวัด และ The Mask ลูกไทย



การแต่งหน้าของคุณเกียรติศักดิ์ ฤกษ์มนาค ในรายการ The Mask วรรณคดีไทย
แพร่ภาพเมื่อวันที่ 11 เม.ษ. 2562
ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=OLDsZWLuRel&t=1664s>



การแต่งหน้าของคุณศิริพร อยู่ยอด ในรายการ The Mask งานวัด
แพร่ภาพเมื่อวันที่ 5 มี.ค. 2563
ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=KH2fKqoKdwk&t=623s>

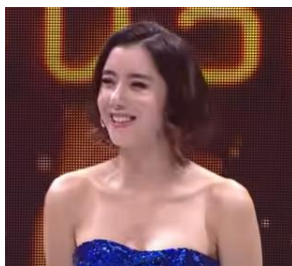


การแต่งหน้าของคุณเกียรติศักดิ์ ฤกษ์มนาค ในรายการ The Mask ลูกไทย
แพร่ภาพเมื่อวันที่ 2 ก.ค. 2563
ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=KnjR5lgTFjg&t=330s>

ตารางที่ 2 กลุ่มกรรมการที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เบาบาง ในรายการ The Mask วรรณคดีไทย, The Mask งานวัด และ The Mask ลูกไทย



การแต่งหน้าของ คุณณีนุช
เสมอรุต ในรายการ The Mask
วรรณคดีไทย แพร่ภาพเมื่อวันที่
18 เม.ษ. 2562
ที่มา: [https://www.youtube.com
/watch?v=8lxixhsyY&t=84s](https://www.youtube.com/watch?v=8lxixhsyY&t=84s)



การแต่งหน้าของ คุณอภิญา
เครือคงคา ในรายการ The Mask
งานวัด แพร่ภาพเมื่อวันที่ 16 เม.ษ.
2563
ที่มา: [https://www.youtube.com/
watch?v=OIUjARm-TAU&t=448s](https://www.youtube.com/watch?v=OIUjARm-TAU&t=448s)



การแต่งหน้าของคุณศิริพร อยู่ยอด
ในรายการ The Mask ลูกไทย
แพร่ภาพเมื่อวันที่ 25 มิ.ย. 2563
ที่มา: [https://www.youtube.com
/watch?v=KnjR5lgTFjg&t=330s](https://www.youtube.com/watch?v=KnjR5lgTFjg&t=330s)

ในส่วนของกลุ่มกรรมการที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เข้มข้น มีลักษณะเป็นสื่อร้อนมาก โดยได้ช่วยต่อขยายการรับรู้ออกไปอย่างมาก เนื่องด้วยการแต่งหน้าล้นเต็มไปด้วยข้อมูลมากมาย ทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม จินตนาการ และเติมเต็มข้อมูลได้น้อย ทว่ากลุ่มกรรมการที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เบาบาง มีลักษณะเป็นสื่อร้อนน้อยกว่า เนื่องจากสื่อที่ไม่ได้ช่วยขยายการรับรู้เท่าใดนัก ส่งผลทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม จินตนาการ และเติมเต็มข้อมูลได้เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ฉะนั้นเราไม่สามารถจัดจำแนกคุณลักษณะของการแต่งหน้าตามลักษณะของความ “เข้มข้น” หรือ “เบาบาง” หากแต่จำเป็นต้องพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของผู้รับสารร่วมกับสภาพแวดล้อมหรือบริบท (Context) ประกอบเข้าด้วยกัน

ทั้งนี้การแต่งหน้าได้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปของสื่อ ซึ่งสามารถเทียบเคียงกับแนวคิดการเปลี่ยนรูปของสิ่งมีชีวิตในทางชีววิทยาที่เรียกว่าการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง (Metamorphosis) (สุธรรม อารีกุล, 2559) โดยกลุ่มกรรมการที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เข้มข้น เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสมบูรณ์ (Complete metamorphosis) โดยการแต่งหน้าได้แปลงรูปของใบหน้าให้มีลักษณะที่ผิดแผกแตกต่างไปจากใบหน้าที่ดั้งเดิม จนดูไม่ออกว่าใบหน้าที่ดั้งเดิมมีลักษณะอย่างไร และกลุ่มกรรมการที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เบาบาง เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปร่างกึ่งสมบูรณ์ (Incomplete metamorphosis) โดยการแต่งหน้าได้แปลงรูปของใบหน้าที่มีลักษณะแตกต่างจากใบหน้า จนสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้นการแปลงรูปแบบการสื่อสารในลักษณะนี้ถือเป็นการแปลงรูปสื่อให้มาเป็นสารในสื่อใหม่ และในเวลาเดียวกันก็เป็นการแปลงอัตตะของการสื่อสาร (meta-communication) ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้รหัสในการแต่งหน้าที่แตกต่างกันออกไปด้วย

ทั้งนี้การแต่งหน้าเกิดจากการผสมรวมเครื่องหมายต่าง ๆ/สัญญาณ (Sign) ของโครงสร้างการแต่งหน้า (ขั้นตอนการแต่งหน้า) คือ 1. การรองพื้น 2. การไฮไลท์ 3. การเชคคิ้ว 4. การทาแป้งฝุ่น 5. การเขียนคิ้ว 6. การปิดมัสคาร่าคิ้ว 7. การเขียนขอบตา 8. การทาอายแชโดว์ 9. การปิดมัสคาร่า 10. การติดขนตาปลอม 11. การปิดแก้ม และ 12. การทาปาก และองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ คือ สี เส้น รูปทรง รูปร่าง ลักษณะพื้นผิว ช่องว่าง จังหวะ แสงและเงา ดังนั้นเมื่อเกิดการแต่งหน้าทำให้สื่อเดิมให้กลายเป็นเนื้อหาหรือสารของสื่อตัวใหม่ซึ่งล้วนเกิดการการแปลงรูปของสื่อ นั่นก็หมายความว่า การแต่งหน้าได้ทำให้เกิดการแปลงรูปแบบของการสื่อสาร เวกเช่น Bolter (2002) ได้ให้ทัศนะที่น่าสนใจถึงลักษณะของสื่อดิจิทัลไว้ว่า ตัวสื่อเดิมได้มีการปรับปรุง และนำเนื้อหาของตัวสารเดิมมาใช้ในสื่อใหม่ที่เกิดจากการฟื้นฟูหรือการทำสื่อขึ้นใหม่ (Remediation) ดังเห็นได้จากวงการสื่อสารเพื่อสร้างความบันเทิงได้หยิบยกเนื้อหาของตัวสารเดิมมาปัดฝุ่นและนำไปใช้ในสื่อใหม่ ๆ ที่แตกต่างกันออกไปในปัจจุบัน

ดังนั้นเมื่อเกิดการแต่งหน้าจึงได้เกิดการแปลงรูปแบบของการสื่อสารของใบหน้าที่เป็นสื่อเดิมให้กลายเป็นสื่อตัวใหม่ขึ้น โดยใบหน้าที่แต่งหน้าต่างดำรงอยู่ร่วมกันในลักษณะ “ปฏิสัมพันธ์” ขององค์ประกอบสองสิ่งที่แตกต่างกันในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer โดย ศิริชัย ศิริกายะ (2558) ได้เสนอแนวคิดการมี “ปฏิสัมพันธ์” มี 3 ประเภท คือ ประเภทที่หนึ่งเป็นภาวะแบบมีปฏิสัมพันธ์แบบพึ่งพา (Mutualism) ประเภทที่สองเป็นภาวะมีปฏิสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกัน (Commensalism) และประเภทที่สามเป็นภาวะมีปฏิสัมพันธ์แบบปรสิต (Parasitism)

จากแนวคิดดังกล่าวเทียบเคียงได้ว่า “กลุ่มกรรมกรที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เข้มข้น” สื่อทั้งสองเป็นคู่ปฏิสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นความสัมพันธ์แบบปรสิต เป็นการอยู่ร่วมกันของผู้ที่มาเกาะติดอาศัยอยู่ (Parasite) คือ “การแต่งหน้า” กับตัวผู้ให้อาศัย (Host) คือ “ใบหน้า” ซึ่งสื่อที่มาเกาะติดนั้นจะได้ประโยชน์ แต่ถ้าแยกออกไปจะทำให้เสียประโยชน์ กล่าวคือ แต่งหน้าในลักษณะที่เข้มข้นช่วยให้เกิดความตลกขบขัน ความรื่นเริง และบันเทิง หากไม่แต่งหน้าก็จะไม่สามารถสร้างความบันเทิงได้เลยซึ่งเมื่อเทียบเคียง

ในกรณีของ “กลุ่มกรรมกรที่ใช้การแต่งหน้าในลักษณะที่เบาบาง” เป็นคู่ปฏิสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นความสัมพันธ์แบบแบบพึ่งพา ที่ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันและแยกออกจากกันไม่ได้ กล่าวคือ กรรมกรในรายการมีความจำเป็นต้องใช้การแต่งหน้าเพราะหากไม่ใช้การแต่งหน้าจะทำให้เกิดผลเสียขึ้น เช่น หากไม่แต่งหน้าจะทำให้ใบหน้าเกิดความมันวาวเมื่อกระทบกับแสงไฟ ในสตูดิโอ หรือหากไม่แต่งหน้าจะทำให้ใบหน้าแลดูหมองคล้ำ ซีดเซียว ไม่สดใสเหมือนคนไม่สบาย หรือถึงขั้นขาดความสวยงามไปเลยก็ได้

ดังนั้น การอยู่ร่วมกันของใบหน้าที่แต่งหน้ามีลักษณะปฏิสัมพันธ์ในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าของกรรมกรขึ้นมา ซึ่งการแต่งหน้าจึงถือเป็นการสร้างงานศิลปะและยัง

เป็นตัวสื่อในเวลาเดียวกัน โดยมีลักษณะที่เรียกว่า สื่อลูกผสม (media hybrid) ที่มีความกำกวม (ambiguous) และความคลุมเครือ (Uncertainty) ทางการสื่อสาร ทว่ามีคุณค่าทางสุนทรียะในรายการ The mask singer ที่เกิดขึ้นในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ดังเช่น ธัญญา สังขพัฒน์ (2559) เห็นว่า ลักษณะของสื่อหรืองานศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ (The Age of Postmodernism) มักไม่ยึดตามกรอบของสื่อเพียงสื่อเดียวแบบเดิม

การแต่งหน้าของกรรมการจึงเป็นการสร้างตัวสื่อที่มีสุนทรียะที่อยู่ภายใต้รหัสเชิงวัฒนธรรม (Cultural codes) โดยได้แสดงออกให้เห็นถึงความสัมพันธ์ (Relation) ระหว่างตัวบท (Text) ที่อยู่ภายในบริบท (Context) ของวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้บริบทจึงถือเป็นตัวกำหนดความหมายของการแต่งหน้าผ่านแนวคิด (Concept) ของฤดูกาลแข่งขันในแต่ละ Season เช่น รายการ The Mask วรรณคดีไทย, The Mask งานวัด และ The Mask ลูกไทย

จากปรากฏการณ์การแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The mask singer ที่เป็นการกระโดดสร้างความหมายใหม่ให้แก่กรรมการในรายการ โดยได้ก้าวข้ามและพ้นผ่านการตอกตรึงอยู่กับภาพตายตัว (Stereotypes) ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นภาพลักษณ์ซ้ำ ๆ เดิม ๆ และขาดความน่าสนใจ แต่นั่นก็คือการแปลงรูปของสื่อเช่นเดียวกัน ซึ่งล้วนระดับความเข้มข้นแตกต่างกันไป ทว่าการอุปติของการแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The mask singer ในฐานะสื่อลูกผสมที่ได้มีการปรับเปลี่ยน (Adaptations) ผสมผสาน (mixed) และการแปลงรูปของสื่อ ซึ่งนำพาตนเองเข้าไปอยู่ร่วมกับสื่ออื่น ๆ เพื่อความอยู่รอด ผ่านการแปลงรูปทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ดังที่ McLuhan (1964) ได้ชี้ให้เห็นว่าการแปลงรูปหรือการข้ามผ่านขององค์ประกอบของการสื่อสารจากตัวสื่อหนึ่งกลายไปเป็นอีกองค์ประกอบของสื่ออีกตัวหนึ่ง ล้วนเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลาของการสื่อสารที่อยู่ในยุคดิจิทัล

อนึ่ง การสื่อสารด้วยการแต่งหน้ากรรมการในรายการ ใน The mask singer ได้ช่วงชิงความสนใจจากผู้ชมรายการ อันเนื่องมาจากการผสมรวมของสื่อที่มีลักษณะแตกต่างกันนำไปสู่การก่อให้เกิดสื่อความหมายขึ้นมาใหม่ โดยการแปลงรูปของสื่อจะมีระดับที่แตกต่างกันออกไปตามความสร้างสรรค์และบริบทของรายการโทรทัศน์ ดังนั้นเมื่อผู้ทำการสื่อสารเข้าใจถึงบริบทที่สามารถนำมาแปรสภาพเป็นรหัสที่ใช้ในการสื่อสารได้ นั่นคือจุดที่สร้างความน่าสนใจและความนิยมให้แก่รายการก็เป็นได้ และแสดงให้เห็นถึงการสร้างสรรค์เพื่อความอยู่รอดในสังคมยุคดิจิทัล ทั้งนี้ กำจร หลุยยะพงศ์ (2556) มองว่าการเรียนรู้ขนบ (Convention) หรือสูตรสำเร็จของแนวเรื่องเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นหากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ หรือนักสร้างสรรค์สื่อเข้าใจขนบของแนวเรื่องหรือสูตรสำเร็จของสิ่งที่กำลังสร้าง อยู่ดีเพียงพอก็ย่อมรู้ว่าจะ “ฉีกขนบ” (ซึ่งก็คือ Invention) เพื่อเอาชนะความคาดหวังของผู้ชมไปพร้อม ๆ กับรักษารูปแบบเดิม ที่เป็นหัวใจสำคัญไว้ได้อย่างกลมกล่อม

การความบันเทิงและความรื่นรมย์ด้วยการลอกเลียนด้วยการแต่งหน้าของกรรมกรใน รายการ The mask singer

ในมิติของการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer ในฐานะที่เป็นตัวสารมีความจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (Transtextuality) ทูติยบท (Hypertextuality) และการเชื่อมโยงตัวบท (Intertextuality) เพื่อศึกษาถึงลักษณะของตัวสารหรือตัวบทที่มีความสัมพันธ์กันในลักษณะใดที่จะนำไปสู่การสื่อความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นได้ Genette (1997 อ้างถึงใน เจริญพงศ์ ศรีสกุล, 2550) นักภาษาศาสตร์ได้กล่าวถึง ลักษณะความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันและกันระหว่างตัวบทหรือ “transtextuality” ซึ่ง ครอบคลุมถึงทุกสิ่งซึ่งทำให้ตัวบทหนึ่งสัมพันธ์กับตัวบทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นโดยชัดเจนหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ Genette ได้แบ่งประเภทความสัมพันธ์ของตัวบทดังกล่าวไว้ 5 ลักษณะได้แก่ 1) ลักษณะสัมพันธ์บท (Intertextuality) 2) ลักษณะการเป็นปริสติดของตัวบท (Paratextuality) 3) ลักษณะอัตตะของตัวบท (Metatextuality) 4) ลักษณะการเป็นทูติยบท (Hypertextuality) และ 5) ลักษณะพันธูปบท (Architextuality)

ในทัศนะของ Genette (1997 อ้างถึงใน วรันธร บุญพิทักษ์, 2551) ได้สรุปลักษณะการพัฒนาจากตัวบทเป็นทูติยบทว่ามี 2 ลักษณะ ได้แก่ การแปลงรูป (Transformation) ซึ่งไม่จำเป็นต้องปรากฏว่าได้เกิดจากตัวบทเดิมและการเลียนแบบ (Imitation) ซึ่งจำเป็นต้องมีต้นแบบ (Model) หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของปฐมบทอยู่ด้วย จากงานของ Gerard Genette ผู้เขียนจึงเทียบเคียงว่า การแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer เป็นการสื่อสารด้วยกับอวัจนภาษา ล้วนได้มีการเลียนแบบตัวบทดั้งเดิมในลักษณะการลอกเลียน (Pastiche) จากการแต่งหน้าของบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักของบุคคลในสังคม เพื่อสร้างความตลก ขำขัน ความสนุกสนาน ความบันเทิง และความรื่นรมย์

Real (1996 อ้างถึงใน เพ็ญสิริ เศวตวิหारी, 2541) กล่าวว่า Pastiche เป็นลักษณะเช่นเดียวกับการปะติดปะต่อภาพหรือความหมายต่าง ๆ ให้ให้ปรากฏเด่นชัดออกมาในระดับผิวหน้า (Surface Level) คือ ศิลปะการนำส่วนต่าง ๆ มาผสมผสานทั้งลักษณะเก่าและใหม่ไม่เน้นความสอดคล้องกลมกลืนเป็นการนำสิ่งที่แปลกหรือเห็นได้อย่างชัดมากกล่าวถึง ล้อเลียน เลียดสี ทั้งนี้ Dentith (2002) ในนำเสนอทัศนะเกี่ยวกับการลอกเลียน ไว้ว่า การลอกเลียนเป็นวิธีหนึ่งที่มีความสำคัญโดยได้ทำให้เกิดการเบี่ยงเบนความหมายไปจากมาตรฐานปกติ หรือสภาพปกติที่ควรจะเป็นไปตามธรรมชาติ การลอกเลียนนำไปสู่ความตลกขบขัน

เชกเช่นที่ Genette (1997) ได้ชี้ให้เห็นลักษณะของการลอกเลียน (Parody) เป็นความสัมพันธ์ของตัวบทแบบทูติยบท (Hypertextuality) เพื่อเกิดความตลกขบขัน (Comedy) จากการเย้ยหยัน (Irony) การเหน็บแนมหรือการเสียดสี (Satiric) ตัวบทที่มีอยู่ดั้งเดิม ดังนั้นจากลักษณะการลอกเลียน ที่เป็นการนำเอาตัวบทเดิมใช้เพียงส่วนประกอบของตัวบทใหม่ขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความบันเทิงและความรื่นรมย์ การสร้างตัวบทใหม่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยผ่านการลอกเลียนแบบมาจากตัวบท

ดั้งเดิม ทว่าต่างกันตรงเจตนาของผู้สร้างโดยการลอกเลียน (Parody) ได้มุ่งเน้นให้เกิดความตลกเป็นสำคัญ

การลอกเลียนด้วยการแต่งหน้ากรรมการในรายการ ใน The mask singer จึงเปรียบเสมือนศิลปะของการสื่อสารในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ที่ได้เกิดการลอกเลียนในลักษณะของการปะติดปะต่อ เช่น การแต่งหน้าลอกเลียนแบบของ “แก้วหน้าม้า” “อุทัยเทวี” หรือ “นางยักษ์” ฯลฯ ที่มีการผสมผสานภาพแห่งความทรงจำในอดีต จนเกิดกระแสความนิยมจนเป็นกระแสไวรัลขึ้น บนพื้นฐานของการโหยหาอดีต (Nostalgia) ดังเช่น ปรากฏการณ์ความนิยมในภาพยนตร์เรื่อง “แฟนฉัน” หรือในปัจจุบัน คือ “พระมหาเทวีเจ้า” ที่มีชื่อเสียงในยุคดิจิทัล ดังเช่นที่ Hutcheon (อ้างถึงใน Dunn, 1991) ได้หยิบยกกฎแห่งการลอกเลียนขึ้นมา กฎเกณฑ์ที่ว่านี้ทำให้ศิลปินในยุคหลังสมัยใหม่สามารถที่จะผลิตผลงานได้ โดยดึงเอาเนื้อหาออกมาจากเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านพ้นมาแล้วในอดีต ซึ่งไม่ใช่ว่าเอากลับมาทำใหม่ทั้งหมด แต่เป็นเพียงการสร้างเรื่องราวขึ้นมาใหม่จากการแตกตัวออกจากเรื่องราวเก่า ๆ ผ่านการขัดเกลาให้ผิดแผกไปจากเดิม

การแต่งหน้าของกรรมการถือเป็นการเลียนแบบตัวบทหรือเนื้อหา ในลักษณะของการลอกเลียนที่ล้วนท่วมท้นไปด้วยจินตนาการ (Imagination) โดยเป็นการใช้จินตนาการความสร้างสรรค์ (Originality หรือ Creative Imagination) คือ การจินตนาการในการสร้างภาพใหม่ ๆ ผ่านจินตนาการผลิตซ้ำ (Reproduction Imagination) จากประสบการณ์ที่เคยสัมผัสมาในอดีตที่น่าหลงใหลหรือความประทับใจที่สามารถระลึกถึงได้ เช่น ภาพของสาวน้อยดกน้ำ ภาพของนางงามในงานวัด หรือภาพของนางเอกลิเก ในลักษณะของภาพตัวแทน (Representation)

ดังนั้นการแต่งหน้าของกรรมการจึงเกิดจากอารมณ์แห่งจินตนาการที่ผสมผสานกับความจริงของตัวบทดั้งเดิม โดยการแต่งหน้าเป็นการสื่อสารที่เปรียบประดุจเป็นงาน “ศิลปะ” อันเกิดจากการผลิตซ้ำ ซึ่งการแต่งหน้าได้มุ่งให้ความสำคัญและทำหน้าที่ไปที่การสร้างประทับใจ ความตึงตาดตึงใจ และระลึกถึงคุณค่าแห่งความงาม ดังเช่นที่ Benjamin (อ้างถึงใน ทวีรัก กลิ่นสุคนธ์, 2541) ที่ได้เสนอว่างานศิลปะที่ถูกผลิตซ้ำได้ จะกลายมาเป็นงานศิลปะที่ถูกออกแบบขึ้นขึ้นที่สามารถจะคัดลอกใหม่ได้ (Reproducibility) หน้าที่ของงานศิลปะจึงเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้าม แทนที่จะอยู่บนพื้นฐานของพิธีกรรมต่าง ๆ เช่นในอดีต งานศิลปะจะกลายมาเป็นศิลปะที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติในด้านอื่น ๆ ซึ่งเป็นการรังสรรค์ขึ้นด้วยหน้าที่ใหม่ที่สำคัญต่อระดับตัวงาน นั่นคือการตระหนักถึงคุณค่าความงามของงานศิลปะชิ้นนั้น

ในรายการ The Mask วรรณคดีไทย เช่น การแต่งหน้าของคุณธนวัฒน์ ประสิทธิ์สมพร ได้เลียนแบบการแต่งหน้ามาจากนางแก้วในวรรณคดีเรื่อง “แก้วหน้าม้า” และการแต่งหน้าของคุณเกียรติศักดิ์ อุดมภาค ได้ปรับเปลี่ยนการแต่งหน้ามาจากอุทัยเทวี ในวรรณคดีเรื่อง “อุทัยเทวี” ในรายการ The Mask งานวัด เช่น การแต่งหน้าของคุณธนวัฒน์ ประสิทธิ์สมพร ได้เลียนแบบการแต่งหน้ามาจากนางงามในงานวัด การแต่งหน้าของคุณเจมส์ ฟอเกอร์ลุนด์ ได้ปรับเปลี่ยนการแต่งหน้ามาจากลูกนิมิตในวัด

และการแต่งหน้าของคุณเกียรติศักดิ์ อุดมภาค ได้เลียนแบบการแต่งหน้ามาจากสาวน้อยตกน้ำในงานวัด ในรายการ The Mask ลูกไทย เช่น การแต่งหน้าของคุณเกียรติศักดิ์ อุดมภาค ได้เลียนแบบการแต่งหน้ามาจากไกรทอง ในวรรณคดีเรื่อง “ไกรทอง” และการแต่งหน้าของคุณธนวัฒน์ ประสิทธิ์สมพร ได้เลียนแบบการแต่งหน้ามาจากนางยักษ์ ในวรรณคดีเรื่อง “พระอภัยมณี” ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The Mask วรรณคดีไทย



การแต่งหน้าเป็น “แกวหนามา”

แพร่ภาพเมื่อวันที่ 9 พ.ค. 2562

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=twQq120Sd2k>



การแต่งหน้าเป็น “อุทัยเทวี”

แพร่ภาพเมื่อวันที่ 20 มิ.ย. 2562

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=bO5elglP3ck>

ตารางที่ 5 ภาพการแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The Mask งานวัด



การแต่งหน้าเป็น “นางงาม”

แพร่ภาพเมื่อวันที่ 16 เม.ษ.

2563

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=OIUjARm-TAU>



การแต่งหน้าเป็น “ลูกนิมิต” แพร่ภาพ

เมื่อวันที่ 16 เม.ษ. 2563

ที่มา:

<https://www.youtube.com/watch?v=OIUjARm-TAU>



การแต่งหน้าเป็น “สาวน้อยตก

น้ำ” แพร่ภาพเมื่อวันที่ 16 เม.ษ.

2563

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=OIUjARm-TAU>

ตารางที่ 6 ภาพการแต่งหน้าของกรรมการในรายการ The Mask ลูกไทย



การแต่งหน้าเป็น “นางเอกลิเก”

แพร่ภาพเมื่อวันที่ 4 มิ.ย. 2563

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=pMpQR21wftY&t=1263s>



การแต่งหน้าเป็น “นางยักษ์”

แพร่ภาพเมื่อวันที่ 2 ก.ค. 2563

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=K95VYkdrKz0>

จากตารางแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปฐมบทและตัวบทใหม่ที่เกิดขึ้นจากการแต่งหน้าของกรรมการ The mask singer ล้วนมีระดับของการเลียนแบบของตัวปฐมบทมากขึ้นแตกต่างกันออกไป แต่ก็แฝงไว้ด้วยจุดประสงค์ในการสร้างความบันเทิงและความรื่นรมย์ ซึ่งไม่ได้มีการยับยั้งการเหน็บแนมหรือการเสียดสี ดังเช่น การลอกเลียนในรูปแบบของ “Parody” “Travesty” และ “Caricature” ทั้งนี้การแต่งหน้ายังแสดงให้เห็นถึงอัตตะของตัวบท โดยลักษณะการแต่งหน้าเชื่อมโยงความสัมพันธ์โดยได้อธิบายเห็นเห็นตัวบทดั้งเดิม เหนือเช่นเดียว บทวิจารณ์ (Commentary) นั่นเอง

ทั้งนี้ผู้เขียนจึงพิจารณาว่า องค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ที่จะช่วยเสริมสร้างความชัดเจนทางการสื่อสารให้แก่กรรมการในรายการ The mask singer คือ ทรงผม เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับก็มีลักษณะการเป็นพหุติบทย่อยเช่นเดียวกัน ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวก็มีลักษณะของการลอกเลียน (Pastiche) ซึ่งจะปรากฏสิ่งที่บ่งบอกและเชื่อมโยงถึงตัวบทดั้งเดิม ปฐมบทหรือมีต้นแบบ (Model) ดังนี้



ภาพที่ 1 ภาพทรงผม เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับของคุณณวัฒน์ ประสิทธิ์สมพร

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=K95VYkdrKz0>

การสื่อสารด้วยการลอกเลียนแบบทรงผม เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับของกรรมการในรายการ The mask singer มีความสัมพันธ์ของระหว่างตัวบท โดยได้มีการเชื่อมโยงกับตัวบทอื่น ๆ ในส่วนทรงผมของคุณณวัฒน์ ประสิทธิ์สมพร ได้เชื่อมโยงตัวบทกับทรงผมที่เรียกว่า “ทรงผมปีก” (พวงผกา คุโรวาท, 2535) ในส่วนของเครื่องแต่งกาย ได้เชื่อมโยงตัวบทกับเครื่องแต่งกายที่เรียกว่า “ตะเบงมาน” (อภิโชค แซ่โค้ว, 2542) และสุดท้ายเครื่องประดับ ได้เชื่อมโยงตัวบทกับเครื่องประดับที่เรียกว่า “ทับทรวง” ตัวนาง (สุภาวดี โพธิเวชกุล, 2548) ซึ่งเป็นการลอกเลียน โดยปราศจากการเสียดสี ยั่วยุ หรือถากถางแต่อย่างใด โดยปัจจัยดังกล่าวได้เข้ามาช่วยในการกำกับความหมาย (anchorage) ของการแต่งหน้า ทั้งยังช่วยเสริมสร้าง เติมเต็มและขยายความเข้าใจในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดความสมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น

ทั้งนี้จากลักษณะที่ได้กล่าวมาได้ชี้ชัดให้เห็นว่า การลอกเลียนด้วยการแต่งหน้า ทรงผม เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ มีลักษณะเป็นปรสิตรัสการสื่อสาร (Paracommunication) จากปรสิตรัสการของตัวบท (Paratextuality) ในระดับภายในตัวบท (Endoparasite) ที่เกิดปรสิตรัสการที่เกิดจากรูปลักษณ์ภายนอก (Appearance) คือ การแต่งหน้า ทรงผม เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ จากกระบวนการสื่อสารดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นว่า ก็ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้รายการเกิดความสนุกสนาน ความบันเทิงเรีรรมย์ และนำไปสู่การประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลดีต่อการสร้างเรตติ้ง กระแสความนิยม และกระแสไวรัล (Viral) ทั้งในสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) และสื่อใหม่ (New Media) ในโลกยุคดิจิทัล

จากทั้งหมดที่กล่าวมาถือได้ว่าการแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer เป็นการสร้างตัวบทหรือเนื้อหาแห่งความบันเทิง ความสนุกสนาน และความรื่นรมย์ให้แก่ผู้ชมรายการเป็นสำคัญในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ซึ่งถือเป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะที่อยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารเพื่อสร้างความรื่นเริงบันเทิงใจให้แก่ผู้คน ซึ่งความรื่นเริงบันเทิงใจที่เกิดขึ้นก็ไม่จำเป็นต้องจมปลักอยู่กับการเย้ยหยันหรือถากถาง ดังที่ ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2554) ได้กล่าวถึงสภาวะแบบหลังสมัยใหม่ไว้ว่า ในสังคมแบบนี้ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อีกต่อไป มีแต่การลอก ลอกเลียน จับแพะชนแกะ (pastiche) เป็นการลอกเลียน เลียนแบบที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการถากถางหรือล้อเลียนอย่างวิพากษ์แบบสมัยใหม่ แต่เพื่อความสำราญเป็นสำคัญ

สรุป

การแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปของตัวสื่อ ในลักษณะการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสมบูรณ์ (Complete metamorphosis) คือ การแต่งหน้าได้แปลงรูปของใบหน้าให้มีลักษณะที่ผิดแผกแตกต่างไปจากใบหน้าที่ดั้งเดิม และการเปลี่ยนแปลงรูปร่างกึ่งสมบูรณ์ (Incomplete metamorphosis) คือ การแต่งหน้าได้แปลงรูปของใบหน้าที่มีลักษณะแตกต่างจากใบหน้า จนสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้การแต่งหน้าที่เกิดขึ้น จึงมีลักษณะเป็น “สื่อลูกผสม” อันเกิดจากการผสมรวมเครื่องหมายต่างๆ/สัญญาณ (Sign) โดยถูกจัดการด้วยรหัสเชิงวัฒนธรรม (Cultural codes) ที่ทำหน้าที่เป็นบริบททางการสื่อสารของการแต่งหน้าในแต่ละฤดูกาลแข่งขัน สอดคล้องกับ นันททอง ทองใบ (2561) ได้กล่าวทิ้งท้ายในบทสรุปว่านักสร้างสรรค์ เนื้อหาในทุก ๆ สื่อ ไม่เฉพาะแต่สื่อโทรทัศน์ได้ตระหนักว่า หากต้องการอยู่รอดบนโลกที่เต็มไปด้วยเนื้อหาอันท่วมท้นในเวลานี้ คงต้องมองหาหนทางตัด แต่ง ตัวตน หลอมรวมให้กลายเป็นสื่อ “ลูกผสม” เหมือนเช่น “The Mask Singer”

ทั้งนี้การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของกรรมกรในรายการ The mask singer ได้เกิดการซ้อนทับการสื่อความหมายของสื่อหลายประเภทรวมเข้าด้วยกัน อันเกิดจากการเชื่อมโยงตัวบท (Intertextuality) ในลักษณะพันธุบท โดยเป็นการสร้างตัวบทใหม่จากตัวบทดั้งเดิมด้วยการใช้จินตนาการสร้างสรรค์ (Creative Imagination) โดยการลอกเลียนที่มีการเชื่อมโยง ปรับเปลี่ยน ปรับแปลง ผสมผสานและอ้างอิงตัวบทดั้งเดิมจนเกิดเป็นตัวบทใหม่ที่มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับ Eco (1977) กล่าวว่า สิ่งทีก่อร่างสร้างรูปขึ้นมาเป็นเนื้อหาของตัวงานยังไม่น่าสนใจเท่ากับกลวิธีที่ก่อตัวขึ้นจนเป็นงาน ซึ่งผู้รับสารไม่เพียงแต่รับเอาเนื้อหาจากตัวสารเท่านั้น แต่ทว่ายังได้รับเอาวิธีการที่ตัวสารได้รับการถ่ายทอดเนื้อหานั้นมาด้วย

จากการเชื่อมโยงตัวบทในลักษณะพันธุบทได้แสดงให้เห็นถึงปริสิตตัวบท (Paratextual Sign) ซึ่งมีฐานะเป็น “สิ่งรบกวน” ของการสื่อสารที่สามารถสวมบทบาทเป็นรหัสในการจัดการความหมายของการแต่งหน้า ซึ่งทำให้เกิดการสื่อความหมายถึงความตลกขบขัน อันนำไปสู่ความบันเทิง ความรื่นรมย์ และความน่าตื่นตาตื่นใจในยุคดิจิทัล โดยถือเป็นการสร้างความน่าสนใจให้แก่เนื้อหาของรายการ

ท่ามกลางการช่วงชิงกระแสความนิยมของสื่อในยุคหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2552) กล่าวว่า “เราได้มาถึงยุคสิ้นสุดของเหล่าเก่าในขวดยุคใหม่ หรือ เหล่าใหม่ในขวดยุคเก่าแล้ว เพราะทั้งเหล่าและขวดยุค (Elements) ล้วนแล้วแต่เป็นของเก่าทั้งสิ้น แต่น่าจะมี “วิธีริน” (Organization หรือ Relation) ที่ยังคงแปลกใหม่ได้” เราจะเห็นได้ว่าวิถีคิดของยุคหลังสมัยใหม่ไม่ได้ให้ความสำคัญหรือคุณค่าต่อผลงานต้นฉบับมากกว่าผลงานที่เกิดจากการผลิตซ้ำ

ทั้งนี้การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของกรรมในรายการ The mask singer จำเป็นต้องอาศัยรหัสตัวสารเชิงเสมือนจริง (analogic message code) และรหัสเชิงตรรกะ (digital message code) (Fiske, 1990) โดยรหัสตัวสารเชิงเสมือนจริง คือ การแต่งหน้า ทรงผม เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ที่มีความเหมือนกับสิ่งที่มันแสดงแทน (Referent) โดยต้องผสมรวมกับรหัสเชิงตรรกะ คือ ภาษาต่าง ๆ หรือ ถ้อยคำ (Word) ที่ปรากฏในบทสนทนา (Dialogue) บทบรรยาย (Narration) หรือแม้กระทั่งกราฟิก (graphic) ในรายการโทรทัศน์ เพื่อช่วยลดความคลุมเครือทางการสื่อสารที่เกิดขึ้น และทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) ผู้เขียนมุ่งหวังว่าบทความนี้จะเป็ประโยชน์ทางวิชาการต่อผู้ที่ศึกษาด้านการสื่อสาร และจะเป็นประโยชน์ยิ่งหากผู้ผลิตสื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้การผลิตผลงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ในยุคดิจิทัล

นอกจากนั้นบทความนี้จะเป็พื้นฐานทางความคิดต่อผู้ผลิตผลงานทางด้านนิเทศศาสตร์ จำเป็นต้องใช้ความคิด จินตนาการ การลอกเลียน การปะติดปะต่อ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรคผลงานที่มีฐานะเป็น “สื่อลูกผสม” ในหลังสมัยใหม่/ยุคดิจิทัล ที่สามารถสร้างความน่าสนใจ ความโดดเด่น และช่วงชิงกระแสความนิยมหรือเรตติ้งของผลงานให้แก่ผลงานของตนเองได้ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์หรือบริบททางการสื่อสารอย่างไม่หยุดนิ่ง

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สัมพันธบท (Intertextuality): เหล่าเก่าในขวดยุคใหม่ในการสื่อสารศึกษา.

วารสารนิเทศศาสตร์, 27(2), 1-29.

กาญจนา แก้วเทพ. (2545). สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ. กรุงเทพฯ: ออล อเบอร์ท ฟรินท์.

กำจร หลุยยะพงศ์. (2556). ภาพยนตร์กับการประกอบสร้าง สังคม ผู้คน ประวัติศาสตร์และชาติ.

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจริญพงศ์ ศรีสกุล. (2550). การออกแบบเนื้อหาส่วนควบและส่วนขยายในสื่อวีดิทัศน์ภาพยนตร์

(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2554). แนะนำสกุลความคิดหลังโครงสร้างนิยม. กรุงเทพฯ: สมมติ.

เดชิต หอมจันทร์ และ ญัฐพงศ์ แยมเจริญ. (2562). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชม

ต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร

นิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 23(1), 343-354.

- ทวีรัก กลิ่นสุคนธ์. (2541). การศึกษากระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบในประเทศไทย(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญญา สังขพันธานนท์. (2559). *แว่นวรรณคดี ทฤษฎีร่วมสมัย*. ปทุมธานี: นาคร.
- นันทอง ทองใบ. (2561). เรื่องเล่าลูกผสมและการสร้างคาแรคเตอร์แบบการ์ตูนในรายการ The Mask Singer. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์*, ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 18(1), 107-116.
- ปิยะรัตน์ ชูเรือง. (2560). การกระจายเนื้อหารายการและการจัดวางตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในรายการโทรทัศน์ The Mask Singer หน้ากากนักร้อง ผ่านมัลติแพลตฟอร์มที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ชม(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญสิริ เศวตวิหारी. (2541). อิทธิพลของแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยของผู้กำกับรุ่นใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงผกา คูโรวาท. (2535). *คู่มือประวัติเครื่องแต่งกาย*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- ภาวดี ภัทรโชคชัย และ แอนนา จุมพลเสถียร. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และแนวโน้มในการรับชมรายการ The Mask Singer. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563, จาก <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2017/12/JCIS60045.pdf>.
- ยุทธนา สุวรรณรัตน์. (2559). การข้ามผ่านทางการสื่อสารของบทพระราชนิพนธ์เรื่องไกลบ้าน (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรินทร์ บุญพิทักษ์. (2551). *การผลิตการสื่อสารในการแสดงตลกจากสื่อวีซีดีบันทึกการแสดงสดของวงโปงลางสะออน*(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2558ก). แบบจำลองการสื่อสารในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 13(15), 8-13.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2558ข). ข้อเสนอแนะประเด็นการสื่อสารเพื่องานวิจัยนิเทศศาสตร์ตามแนวคิด “ปฏิภักษ์สัมพันธ์” (Symbiosis) ในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 14(16), 7-11.
- สุธรรม อารีกุล. (2559). *การเจริญเติบโต*. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2563, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/page=t19-5-infodetail02.html>
- สุภาวดี โพธิเวชกุล. (2548). *รูปแบบการแสดงเบิกโรงละครรำในยุครัตนโกสินทร์ (รัชกาลที่ 9)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อภิโชค แซ่โค้ว. (2542). *การแต่งกายไทย*. กรุงเทพฯ: เอส.ที.พี.เวิลด์ มีเดีย.
- อภิวัฒน์ อ่อนแก้ว. (2551). *การส่งความสุขปีใหม่ด้วยสื่อบัตรอวยพร โทรศัพท์เคลื่อนที่ และไฮเปอร์มีเดีย*(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- Bolter, J. (2002). Formal Analysis and Cultural Critique in Digital Media Theory. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 8(4), 77–88.
- Dentith, S. (2002). *Parody*. London: Routledge.
- Dunn, R. (1991). Postmodernism: Populism, Mass Culture, and Avant–Garde. *Theory, Culture and Society*, 8, 111–135.
- Eco, U. (1977). *A Theory of Semiotics*. London: The Macmillan Press.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London and New York: Routledge.
- 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.