

การสร้างสรรคการแสดงผลงานตลกเสียดสีสังคม ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)

วันที่รับบทความ: 23 กุมภาพันธ์ 2565 / วันที่แก้ไขบทความ: 26 สิงหาคม 2565 / วันที่ตอบรับบทความ: 30 กันยายน 2565

ณพัชญ์ปภา ภัทร์ภูวนันต์

อภิษฐา วอทอง

ชลลดา ทวยเวียง

ธนัษพร กิตติก้อง

บทคัดย่อ

บทความวิจัยสร้างสรรค์เรื่อง การสร้างสรรค์การแสดงผลงานตลกเสียดสีสังคมผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางในการสร้างสรรค์การแสดงผลงานตลกเสียดสีสังคมที่เหมาะสมกับการนำเสนอบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ด้วยวิธีวิจัยในรูปแบบปฏิบัติการ (Practice as Research) โดยได้สร้างสรรค์ผลงานการแสดงผลงานตลกเสียดสีสังคมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) วิเคราะห์และสะท้อนผลจากกระบวนการสร้างสรรค์และผลตอบรับของผู้ชมเพื่อนำมาพัฒนาและต่อยอดในกระบวนการสร้างสรรค์ต่อไป แนวทางสร้างสรรค์นั้นมุ่งเสียดสีความเป็นจริงในสังคมและกระแสนิยมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) โดยกำหนดเป้าหมายการเสียดสีในลักษณะของตัวบุคคล กลุ่มบุคคล สังคม และสถานการณ์ ได้แก่ (1) ผู้หญิง (2) มนุษย์ป่า (3) ผู้ชาย (4) ละครคุณธรรม (5) กระแสนิยมในสังคม ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาสาระในการสร้างสรรค์การแสดงผลงานตลกเสียดสีได้จากการนำประสบการณ์และเหตุการณ์รอบตัวของผู้สร้างสรรค์มาขยายในแง่มุมที่แตกต่างนำเสนอหรือเป็นตัวแทนของความคิดและความรู้สึกที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในความเป็นจริง ลักษณะของวิดีโอคลิปจะต้องสามารถสื่อสารได้ง่ายในระยะเวลาอันสั้น เน้นการกระทำที่แสดงออกให้เห็นถึงกิริยา ท่าทาง และอารมณ์ของผู้แสดงที่ชัดเจน

คำสำคัญ: การแสดง, เสียดสี, ตัดจจริต, แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (Tik-Tok), ผลงานสร้างสรรค์

ณพัชญ์ปภา ภัทร์ภูวนันต์ อภิษฐา วอทอง และ ชลลดา ทวยเวียง (นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขา ศิลปะการแสดง, คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น) และ ธนัษพร กิตติก้อง (Ph.D., Western Australian Academy of Performing Arts, Edith Cowan University, 2014) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสายวิชาดนตรีและการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*Corresponding author: aaparptapan@kkumail.com

The Creation of a Satirical Performance on TikTok Application

Received: February 23, 2022 / Received in revised form: August 26, 2022 / Accepted: September 30, 2022

*Napatprapa Pathrapoowanun
Apittha Woethong
Chollada Tuyweang
Tanatchaporn Kittikong*

Abstract

This creative research article “The Creation of a Satirical Performance on TikTok Application” has an objective of exploring creative approaches in making of social sarcasm performance to present as short video clips on TikTok application. The research methodology is practice as research, by creating series of short video clips and posted on the TikTok application. Then, the researchers would analyse and reflect on the results from audience's feedback and number of views to develop the next video. The objective of sarcasm includes social reality sarcasm, trendy sarcasm on the TikTok applications, and sarcasm on the individuals' characteristics, groups of people, society and situations which includes (1) Female Gender (2) Karen (3) Male Gender (4) Morality Drama (5) Social Trends. According to the research results, social sarcasm clips are often derived from the creator's experiences and surroundings to amplify sarcasm aspects to presenting a different perspective, or to represent thoughts and feelings that cannot be expressed. A successful TikTok clip characteristics are that they must be able to communicate and comprehend in a short time, actions must be clearly conveyed such as the actor's expressions and emotions.

Keywords: Performance, Sarcasm, Fake, TikTok Application, Creative work

Napatprapa Pathrapoowanun Apittha Woethong and Chollada Tuyweang (Undergraduate students in BFA (Performing Arts), Faculty of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University) and Tanatchaporn Kittikong (Ph.D., Western Australian Academy of Performing Arts, Edith Cowan University, 2014) assistant professor of Music and Performing Arts Department, Faculty of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University.

*Corresponding author: aaparptapan@kkumail.com

บทนำ

คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะการแสดงมีความสนใจเริ่มต้นที่จะนำเสนอความหลากหลายของผู้หญิงภายใต้ประเด็น“ความตัจจริต” ผ่านผลงานการแสดงในรูปแบบละครเวทีแนวเสียดสี แต่สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อวิธีการดำเนินงาน คณะผู้วิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงาน รูปแบบการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ โดยยังคงแนวทางการทำงานแนวเสียดสีและได้เลือกใช้ “แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เป็นแพลตฟอร์มในการจัดแสดงผลงานแทน การเปลี่ยนแพลตฟอร์มในการจัดแสดงครั้งนี้ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบ วิธีการ และลักษณะของผลงานการแสดงรวมถึงการทำหายองค์ความรู้ด้านศิลปะการแสดงในพื้นที่ข้ามสื่อของคณะผู้วิจัยอีกด้วย

คำถามนำวิจัย

การสร้างสรรค์การแสดงแนวตลกเสียดสีสังคมผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ทำได้อย่างไรบ้าง ?

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อค้นหาแนวทางในการสร้างสรรค์การแสดงแนวตลกเสียดสีสังคมที่เหมาะสมกับการนำเสนอบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)

แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เป็นแอปพลิเคชันสัญชาติจีนถูกสร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2016 ได้รับความสนใจจากผู้คนทั่วโลกและเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในปัจจุบัน เน้นความบันเทิง และให้ความสำคัญในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ นำเสนอความเป็นไปของยุคสมัยผ่านประสบการณ์ความบันเทิงในระยะเวลาอันรวดเร็ว ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เป็นพื้นที่ที่แสดงออกถึงความหลากหลาย (รณิดา อัจกลับ, 2562) โดยมักมีรูปแบบ เช่น การแสดงทักษะหรือความสามารถต่าง ๆ การแสดงเต้นพื้นฐานไปจนถึงมืออาชีพ การนำเสนอวิดีโอ

คลิปเพื่อความบันเทิง การประชันกับผู้ใช้งานรายอื่น ๆ เป็นต้น โดยในแต่ละคลิปนั้นมีความยาวตั้งแต่ 15 วินาที ไปจนถึง 2 นาที การใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เป็นพื้นที่ในการแสดงผลงานนั้น ผู้ใช้งานจำเป็นต้องเข้าใจเงื่อนไขสำคัญคือระยะเวลาที่สั้นและจำกัด จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวิดีโอคลิปที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย 10 อันดับแรกของเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 พบว่า ลักษณะของวิดีโอคลิปที่ได้รับความนิยมนั้น ประกอบด้วย 1. มีความตลก 2. ระยะเวลาของการแสดงมีความสั้น กระชับ และเข้าใจง่าย (30 วินาที - 2 นาที) 3. ผู้แสดงมีลักษณะวิธีการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์ของตน โดยในการนำเสนอมักมีความแตกต่างจากโลกของความเป็นจริง ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มักสร้างตัวตนขึ้นใหม่ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) จึงเป็นพื้นที่ที่แสดงออกให้เห็นระหว่างความจริงและไม่จริงของมนุษย์ โดยผู้ใช้งานแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ที่ประสบความสำเร็จจากการสร้างสรรค์วิดีโอคลิปแนวเสียดสีซึ่งมียอดผู้ติดตามมากกว่า 1,000,000 คน และยอดการกดถูกใจรวมมากกว่า 2,000,000 ได้แก่ โจเซฟมาเยียน ดรีมบาร์โค้ด เรนนี่โกะ เป็นต้น

2. แนวคิดความตัจจริต

คำว่า “ตัจจริต” ตามความหมายของพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง การแสร้งทำหรือวาจาให้เกินควร ในขณะเดียวกัน ไชสิริ ปราโมทย์ ณ อยุธยา (2534) กล่าวว่า ตัจจริต หมายถึง การดัดแปลงความประพฤติให้เป็นไปตามความต้องการ โดยคำว่าตัจจริตนั้นสามารถแยกออกได้เป็น 2 คำดังนี้

ดัด หมายถึง ทำให้ตรง ให้คด หรือเป็นไปในรูปที่ต้องการ

จริต หมายถึง ความประพฤติ

ตัจจริต จึงหมายถึง การดัดแปลงความประพฤติให้เป็นไปตามต้องการ ให้ดีหรือให้ชั่วก็ยอมได้ ซึ่งในโครงการวิจัยได้ให้ความหมายของคำว่าตัจจริตว่าเป็นการแสดงออกทางด้านกิริยาหรือวาจาที่ขัดกับสิ่งที่สังคมคาดหวัง

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า คำว่า ตัจจริต มักเป็นการตำหนิและการกล่าวโทษจากสังคม โดยใช้กับบุคคลที่มี

ลักษณะการแสดงออกที่แตกต่างไปจากบุคคลส่วนใหญ่ หรือต่างจากกรอบของสังคม ความเชื่อ ค่านิยม อุดมคติ เช่น พฤติกรรมการแสดงออกที่เรียบร้อยมาก ร่าเริงมาก หรือมองโลกในแง่ดีมาก ซึ่งอาจจะถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมการแสดงออกที่เกินจริง ไม่เป็นธรรมชาติ

ในปัจจุบัน มุมมองของคำว่า ดัดจริต นั้นเปลี่ยนไป เมื่อการกระทำที่อาจเคยถูกมองว่า “เกินจริง” หรือ ไม่อยู่ภายใต้กรอบของสังคม กลายเป็นการกระทำที่ดี แม้ความเป็นจริง ที่สังคมพยายามปฏิเสธหรือปกปิดซ่อนเร้น เช่น ผู้หญิงที่พูดจาเสียงดัง หัวน หยาบคาย ไม่สุภาพ กลับถูกนำเสนอในแง่การตีแผ่ความเป็นมนุษย์ของผู้หญิง ความไม่สมบูรณ์แบบและความแตกต่างจากอุดมคติซึ่งเป็นเรื่องจริงในสังคม เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกของบุคคลที่มีความแตกต่างจากค่านิยมของสังคมนั้นปรากฏให้เห็นในสื่อมากยิ่งขึ้น ทำให้การรับรู้ถึง “ความจริง” นั้นหลากหลายตามไปด้วย การปฏิเสธความจริงจึงกลายเป็นความดัดจริตได้ อย่างไรก็ตาม คำว่า ดัดจริต ขึ้นอยู่กับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ค่านิยมและการรับรู้ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งมนุษย์ทุกคนสามารถแสวงหาทำกิจหรือวาทะที่เกินควรในทางที่ดีหรือชั่วก็ย่อมได้ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการ

3. แนวคิดการเสียดสี (Satire) ประชดประชัน (Irony) และ ล้อเลียน (Parody)

เสียดสี (Satire) ความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง อากาที่วาทะกระทบกระเทียบ เหน็บแนมด้วยความโอจฉาเป็นต้น การเสียดสีส่วนใหญ่เป็นการพูดเพื่อตำหนิพฤติกรรมของบุคคลร่วมกับการแสดงอวัจนภาษา เป็นการสื่อสารทางอ้อมมักใช้ความตลกขบขัน การประชดประชัน การแสดงออกเกินจริงหรือการล้อเลียน เพื่อเปิดโปง หรือวิจารณ์ความโง่เขลาหรือความร้ายกาจของมนุษย์ เช่น การล้อเลียน (Parody) และการเหน็บแนม (Sarcasm) ถือเป็นประเภทหนึ่งของการเสียดสี เครื่องมือหลักที่สำคัญของการเสียดสี คือ การประชดประชัน (Irony) (จันทิมา หวังสมโชค, 2549) โดยการเสียดสี มักเป็นการนำเอาลักษณะเด่นของบุคคลนั้น ๆ หรือลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คนหรือสังคมในเวลานั้น มาแสดงออกเชิงเสียดสี ล้อเลียน เพื่อสร้างความบันเทิงให้ผู้ชมรู้สึกตลกขบขัน

ได้แก่ การพูดจากระราน เหน็บแนม หรือการแสดงออกที่ดูไม่งาม เป็นต้น

ประชดประชัน (Irony) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง พูดหรือทำเป็นเชิงกระทบกระแทกแตกดัน การประชดประชันนั้นมักเป็นการแสดงกิริยาอาการ หรือการพูดจาโดยไม่เป็นไปตามที่รู้สึกจริง หรือ การกล่าวถึงเหตุเพราะความไม่พอใจ หรือ ใช้วัจนกรรมการประชดประชัน (Verbal Irony) ซึ่งมาจากคำว่า Eiron ในภาษากรีก เป็นชื่อของตัวละครสุขนานุกรมที่มีลักษณะท่าทางในการแสดงออกที่ขัดแย้งกับลักษณะนิสัยจริง กลายเป็นที่มาของคำว่า Irony (TCDC, 2563)

ล้อเลียน (Parody) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง เอาอย่างเพื่อยั่วเย้าเล่น เช่น พูดทำเสียงล้อเลียนคนตื้อด่างหรือคนพูดไม่ชัด แสดงกิริยาเดินขาเกผลกล้อเลียนคนขาเป๋ เป็นต้น การล้อเลียนจึงเป็นการแสดงกิริยาหรือวาจาเลียนแบบเพื่อยั่วเย้าเล่นโดยนำเอาจุดเด่นหรือจุดสนใจของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่งมา นำเสนอใหม่ในเชิงการวิจารณ์ผ่านการล้อเลียนหรือทำให้ตลก (กฤติกร วงศ์สว่างพานิช, 2560) ธนศ วงศ์ยานนาวา (2563) กล่าวว่า การล้อเลียน มักถูกให้ความหมายในด้านลบมากกว่าที่จะเป็นด้านบวก แต่เมื่อพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วจะเห็นได้ว่า การล้อเลียน มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างงานศิลปะหรือการสร้างสรรคผลงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น ละคร ภาพยนตร์ ดนตรี และอื่น ๆ อีกมากมาย โดย วิภาพร กล้าวิทย์กิจ (2548) กล่าวว่า การล้อเลียน หมายถึง การกระทำหรือคำพูดที่พาดพิงถึงสิ่งใดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือรวมไปถึงสถานการณ์ด้วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตลกขบขัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) การล้อเลียนโดยอ้างถึงบุคคล หมายถึง การกล่าวอ้างถึงบุคคลที่ต้องการล้อเลียน ซึ่งเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป หรือบุคคลในวงการต่าง ๆ เช่น วงการบันเทิง โดยอาจจะกล่าวในลักษณะที่ชื่นชมเป็นจริงหรือเกินจริงก็ได้เพื่อให้เกิดความตลกขบขัน ยกตัวอย่าง มาตามพินนี้ ผู้ล้อเลียนลักษณะท่าทางการแสดงออกของ ปาริณา ไกรคุปต์ นักการเมืองหญิงชาวไทย ผ่านทางแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) จนโด่งดังไปทั่วประเทศ (2) การล้อเลียนโดยอ้างถึงสถานการณ์ หมายถึง

การกระทำหรือคำพูดที่กล่าวอ้างถึงสถานการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กำลังได้รับความสนใจในกลุ่มบุคคลทั่วไป ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อความตลกขบขันเช่นเดียวกัน อาจมีลักษณะเช่นเดียวกับสถานการณ์นั้น ๆ หรือผิดเพี้ยนไปจากเดิมก็ได้ ยกตัวอย่าง โจเซฟมาเยื่อน ผู้ที่นำสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลักษณะของบุคคลที่เกิดขึ้นจริงมาล้อเลียนในทางตลกขบขัน เช่น คลิปเมื่อทะเลาะกับแม่ตอนเด็ก ๆ คลิปเมื่อเจอมนุษย์ป่า คลิปเมื่อร้องเพลงในห้องน้ำ เป็นต้น

การแสดงแนวเสียดสีภายใต้โครงการวิจัยนี้จึงหมายถึง การแสดงที่มุ่งสะท้อนถึงความเป็นจริงอีกด้านหนึ่งของสังคมเพื่อสะท้อนและท้าทายความเชื่อหลักของสังคม โดยนำเสนอผ่านการแสดงออกที่เกินจริง การล้อเลียนผ่านท่าทาง น้ำเสียง และคำพูด เป็นต้น

4. แนวคิดทางศิลปะการละครและกระบวนการตีไวซิง (Devising Theatre)

ในการสร้างสรรค์การแสดง คณะผู้วิจัยได้นำแนวทางของศิลปะการละครมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยอาศัยการสร้างเรื่องราวด้วยโครงสร้างที่สมบูรณ์ มีต้น กลาง จบ และการทำงานกับตัวละครของนักแสดงอย่างเป็นขั้นตอน โดยอาศัยกระบวนการตีไวซิง (Devising Theatre) ซึ่งเป็นการทำงานในลักษณะการทำงานร่วมกันภายในกลุ่มผู้สร้างสรรค์หรือผู้มีส่วนร่วมโดยมีวิธีการระดมความคิด ความรู้ หรือเรื่องราว และสื่อสารกันโดยเลือกทิศทางและเป้าหมายการทำงานหลัก กระทั่งเกิดคุณค่ากับกลุ่มผู้มีส่วนร่วมจนเกิดผลงานการแสดงขึ้น (พริตต์ ดำรง 2557, น. 107-108) ภัตสรศุภางค์ คงบำรุง (2563) ได้กล่าวว่า กระบวนการตีไวซิงเป็นกระบวนการละครเชิงทดลอง (Experimental Theatre) โดยมีการตั้งประเด็นที่ชัดเจน ให้อิสระทางด้านความคิดในการออกแบบ ทำให้แตกต่างจากละครเวทีทั่วไป และในกระบวนการตีไวซิงนั้นยังอาศัยทักษะที่สำคัญของนักแสดง คือ การด้นสด (Improvisation) โดยวรรณขวัญ พลจันทร์ (2555) กล่าวว่า นักแสดงที่ต้องด้นสด (Improvisation) จะต้องมีความเชื่อ ปฏิภาณไหวพริบอย่างแท้จริง จึงจะสามารถ มีปฏิริยาตอบสนองต่อสถานการณ์และสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ที่เป็นปัจจุบันได้อย่างทันท่วงที ละครแนวตีไวซิงยังเป็นละครที่มีผลผลิตมาจากการเก็บ

ข้อมูล ทดลอง และการทำกระบวนการร่วมกันภายในกลุ่ม ซึ่งการทำละครในลักษณะนี้ไม่อยู่ภายใต้การทำงานของบทละคร จึงทำให้ผลงานที่ได้ออกมานั้นมีความสดใหม่ และไม่ซ้ำรูปแบบอื่น ๆ อีกทั้งยังสะท้อนการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่มด้วย (คณะละครศิลปะชั้นห้า, 2553)

ระเบียบวิธีวิจัย

วิจัยการแสดง (Performance as Research) คือ การสร้างองค์ความรู้ใหม่ของการแสดงที่มาจากการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลผ่านการปฏิบัติในรูปแบบการสร้างสรรค์ผลงาน เป็นวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางด้านการแสดง (พริตต์ ดำรง, 2562) โดยองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นควรจะต้องเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงแนวคิดทางศิลปะการแสดง หรือ เป็นรูปแบบ วิธีการในการสร้างสรรค์การแสดงใหม่ ๆ (ธนัชพร กิตติก้อง, 2563) โดยโครงการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในรูปแบบปฏิบัติการ (Practice as Research) ซึ่งมีวิธีการดำเนินงานที่อาศัยการค้นคว้า ศึกษา ค้นคว้าข้อมูลร่วมกับบททดลองปฏิบัติจนเกิดการเรียนรู้ ปรับปรุง และพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่องให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

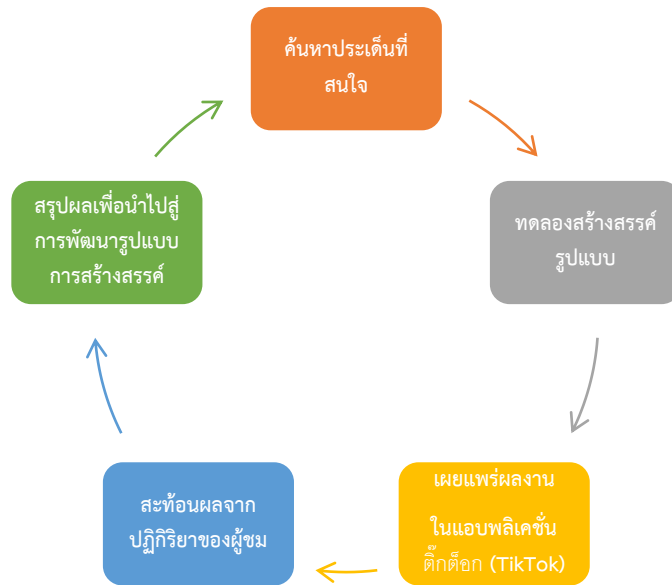
(1) ทบทวนวรรณกรรม: แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ความหมายและการรับรู้ของสังคมเกี่ยวกับคำว่า “ดัดจริต” และรูปแบบของการเสียดสี ประชดประชัน รวมไปถึงการล้อเลียนในการแสดง เพื่อค้นหาประเด็นและสถานการณ์ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ผลงาน

(2) กระบวนการสร้างสรรค์: กระบวนการสร้างสรรค์อาศัยแนวคิดทางด้านศิลปะการละครและกระบวนการตีไวซิง (Devising) โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดำเนินการในรูปแบบสะท้อนผลวนซ้ำ (feedback loop) ทั้งหมด 5 ครั้ง มุ่งผลิตจำนวนวิดีโอคลิปการแสดง ไม่น้อยกว่า 30 คลิป ระหว่างเดือน กันยายน – ธันวาคม 2564 โดยคณะผู้วิจัยจะทำการเก็บและบันทึกข้อมูลจากการสะท้อนผลกระบวนการสร้างสรรค์ของคณะผู้วิจัย ความคิดเห็นและยอมรับชมของผู้ชมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ได้คลิป แพลตฟอร์มสาธารณะ

(3) วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย: คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้จากกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อตอบคำถามวิจัย

เนื่องจากกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนั้นมีความใกล้เคียงกับกระบวนการวิจัยเชิงทดลอง ขอบเขตการวิจัยจึงเกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ การสร้างสรรค์

ผลงานการแสดงที่อาศัยแนวคิดและแนวปฏิบัติทางด้านศิลปะการละคร กระบวนการตีโวซึ่ง และการเสียดสีประเด็นสังคม (ตัวแปรต้น) และผลงานที่เกิดขึ้น (ตัวแปรตาม) และยอดการรับชมของผู้ชมในแอปพลิเคชัน (ตัวแปรควบคุม)



ภาพที่ 1 แผนกระบวนการสร้างสรรค์ 5 ขั้นตอนที่สะท้อนผลวนซ้ำ (feedback loop)

ขั้นตอนและกระบวนการสร้างสรรค์

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินงานร่วมกัน (collaborative work) โดยร่วมกันกำหนดวิธีการระดมความคิดสร้างสรรค์เรื่องราว เลือกทิศทางและเป้าหมายการทำงานหลัก และลงมือปฏิบัติกระทั่งเกิดผลงานขึ้น โดยเกิดเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ 5 ขั้นตอนที่สะท้อนผลวนซ้ำ (feedback loop) ทั้งหมด 5 รอบ ได้แก่ ค้นหาประเด็นที่สนใจเพื่อเข้าสู่สร้างสรรค์ผลงานวิดีโอคลิป ทดลองสร้างสรรค์รูปแบบของผลงาน เผยแพร่คลิปการแสดงผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (Tik-Tok) สะท้อนผลจากปฏิกิริยาและผลตอบรับหรือยอดรับชมของผู้ชม พัฒนาและต่อยอดในกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อพัฒนารูปแบบและประเด็นในการสร้างสรรค์ ดังนี้

1. การทดลองครั้งที่ 1

คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานได้เริ่มทดลองโดยการคัดเลือกสถานการณ์ต่าง ๆ ที่กำลังเป็นกระแสนิยมในช่วงเวลานั้น ๆ มาสร้างสรรค์เป็นเรื่องราวให้มีต้น กลาง จบ ที่ชัดเจน รวมไปถึงพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกถึงความหลากหลายของผู้หญิงในสังคม เพื่อสะท้อนถึงความดัดจริต

1.1 แนวคิดและเนื้อหาการสร้างสรรค์: คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจผู้หญิงจากสื่อต่าง ๆ จำนวน 50 คน และทำการสังเกตและสัมภาษณ์บุคคลใกล้ชิดจำนวน 50 คน เพื่อค้นหาการรับรู้ถึงลักษณะของผู้หญิงต่าง ๆ และนำมาจัดกลุ่มของผู้หญิง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ (1) ผู้หญิงที่มีลักษณะการแสดงออกแตกต่างไปจากกรอบสังคม (2) ผู้หญิงที่อยู่ในกรอบสังคม และ (3) ผู้หญิงที่มีอิทธิพลในการกำหนดกรอบสังคม ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวทางนี้ในการสร้างสรรค์ตัวละครผู้หญิงขึ้น 3 แบบ โดยให้ต้นสัดใน

สถานการณ์ที่กำหนดไว้เพื่อแสดงให้เห็นปฏิกริยาที่แตกต่างกันของผู้หญิงในสังคม

1.2 วิธีการสร้างสรรค์: คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงกับตนเอง และจากสื่อต่าง ๆ มาสร้างสรรค์ขึ้นเป็นเรื่องราวคล้ายกับบทละครสั้น โดยใช้วิธีการด้นสด (Improvisation) ภายใต้วหัวข้อหรือประเด็นที่

กำหนดไว้แล้ว และวางโครงเรื่องอย่างเป็นลำดับขั้นตอนมีจุดเปิดเรื่องเพื่อปูพื้นเรื่องและปมปัญหา มีการดำเนินเรื่องถึงจุดแตกหักไปจนถึงทางออกของปมปัญหา มีจุดจบหรือจุดคลี่คลายเพื่อแก้ปมปัญหามาไปสู่บทสรุป และนำมาใช้เป็นแนวทางในการถ่ายทำ เน้นการสื่อสารผ่านปฏิกริยา (Reaction) แทนคำพูด

ตารางที่ 1 การทดลองครั้งที่ 1 เน้นการสร้างสรรค์เรื่องราว

สถานการณ์	เป้าหมาย	เรื่องราว	การนำเสนอ	ลักษณะของผู้หญิงใน 3 ประเภท
1. เมื่อคุณนัดเพื่อนกินข้าวยุคโควิด	เสียดสีพฤติกรรมของบุคคลในยุคสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19	ผู้หญิง 3 คนนัดทานอาหารกัน ผู้หญิง 1 ไม่ใส่ใจเรื่องโรคระบาด ไม่สวมหน้ากากอนามัย และไม่ระมัดระวังใด ๆ ผู้หญิง 2 และ 3 จึงตัดสินใจฉีดสเปรย์แอลกอฮอล์ ผู้หญิง 1 จนเปียกไปทั้งตัว	เน้นการแสดงออกทางด้านกระกระทำที่เกินจริง เช่น เปิดหน้ากากอนามัยเฉพาะตอนตักอาหารเข้าปาก หรือการตัดสินใจฉีดสเปรย์แอลกอฮอล์เพื่อน	นำเสนอผู้หญิงประเภทที่ 1 ผู้หญิงที่มีลักษณะการแสดงออกแตกต่างไปจากกรอบสังคม และประเภทที่ 2 ผู้หญิงที่อยู่ภายใต้กรอบสังคม
2. เมื่อญาติของคุณมาบ้าน	เสียดสีพฤติกรรมของบุคคลในด้านการรักษาภาพเพื่อผลประโยชน์	หญิงสาวยังไม่อาบน้ำ กำลังนอนเล่นอย่างสบายใจ เมื่อแม่ของเธอบอกว่าลุงน้าอึ่งเปามาให้ เธอจึงรีบไปต้อนรับลุงของเธอ	เน้นการขยายพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามความคาดหวังของสังคมเมื่อตนกำลังจะได้รับผลประโยชน์	ประเภทที่ 2 ผู้หญิงที่อยู่ภายใต้กรอบสังคม
3. คุณเป็นสายไทม์ไลน์กับเพื่อน	ล้อเลียนพฤติกรรมผู้หญิงเมื่อนัดพบเจอเพื่อน	ผู้หญิง 3 คนเตรียมตัวออกไปตามนัดกับเพื่อน คนที่ 1 ตื่นมาเตรียมตัวตั้งแต่เช้าตรู่ทั้งที่มีนัดตอนบ่าย คนที่ 2 เตรียมชุดให้ดูดีกว่าเพื่อน คนที่ 3 ตื่นมาเตรียมตัวเมื่อถึงเวลานัด พร้อมกับประโยคที่บอกกับเพื่อนเสมอว่า “กำลังไป” ทั้งที่กำลังล้างหน้าแปรงฟันอยู่	เน้นการนำเสนอพฤติกรรมของบุคคลกับการเตรียมตัวก่อนออกไปตามนัด	นำเสนอผู้หญิงทั้ง 3 ประเภท คือ 1. ผู้หญิงที่มีลักษณะการแสดงออกแตกต่างไปจากกรอบสังคม 2. ผู้หญิงที่อยู่ภายใต้กรอบสังคม 3. ผู้หญิงที่มีอิทธิพลในการกำหนดกรอบสังคม
4. เมื่อคุณต้องเดทกับผู้ชายรักสัตว์	ล้อเลียนพฤติกรรมการเอาอกเอาใจของผู้หญิง	หญิงสาวออกเดทกับผู้ชายครั้งแรกที่สวนสาธารณะแห่งหนึ่ง ผู้ชายเห็นสุนัขจึงวิ่งเข้าไปเล่นด้วยความเอ็นดู ในขณะที่หญิงสาวกลัวสุนัข แต่พยายามทำเป็นชอบสุนัข	เน้นการนำเสนอพฤติกรรมของผู้หญิงที่พยายามทำทุกอย่างให้ผู้ชายประทับใจ แม้ว่าจะไม่เป็นตัวของตัวเองก็ตาม	ประเภทที่ 2 ผู้หญิงที่อยู่ภายใต้กรอบสังคม
5. คลิปเททแรกกับคนคุย	ล้อเลียนพฤติกรรมผู้หญิง	หญิงสาวออกเดทกับผู้ชาย ณ ร้านอาหาร เธอหิวมากเธอจึงรีบสั่ง	เน้นการนำเสนอพฤติกรรมของผู้หญิงที่	ประเภทที่ 2 ผู้หญิงที่อยู่ภายใต้กรอบสังคม

สถานการณ์	เป้าหมาย	เรื่องราว	การนำเสนอ	ลักษณะของผู้หญิง ใน 3 ประเภท
		และทานอาหารก่อนผู้ชายมา เมื่อ ผู้ชายมา เธอก็กินอาหารอีกนิดหน่อย แต่เมื่อฟันสลายตา เธอก็ปลดกระดุม กางเกงออกด้วยความอึดอัด	พยายามรักษา ภาพลักษณ์ของตนเอง	



ภาพที่ 2 ผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในการทดลองครั้งที่ 1
ที่มา: คณะผู้วิจัย

1.3 การสะท้อนผล: ผลตอบรับจากผู้ชม คือ ยอดเข้าชมและยอดผู้กดถูกใจมีจำนวนน้อย แสดงให้เห็นว่าคลิปเหล่านี้ไม่เป็นที่สนใจ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึงลักษณะวิดีโอคลิปที่ได้รับความนิยมและเหมาะสมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เพิ่มเติม จึงได้ข้อค้นพบว่า การนำเสนอคลิปเน้นเรื่องราวมากเกินไปประมาณ 1 นาที 28 วินาที ทำให้คลิปมีความยืดยาว ไม่สอดคล้องกับแนวทางของแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ที่ควรมีเนื้อหาของคลิปประมาณ 15 วินาทีเพื่อดึงดูดผู้ชมให้สามารถดูคลิปได้จนจบและอยากติดตามผลงานในคลิปต่อไปได้ คณะผู้วิจัยจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอที่จะต้องเน้นความชัดเจน เข้าใจง่ายมากขึ้น และควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการเสียดสีให้ชัดเจนขึ้นด้วย

2. การทดลองครั้งที่ 2

คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานได้นำข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 1 มาพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานโดยมีจุดตั้งต้นคือ กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเสียดสีและกำหนดเป้าหมายของสถานการณ์ที่ชัดเจน จึงได้นำเอาสถานการณ์ที่เชื่อมโยงกับคณะผู้วิจัยแต่ละคนมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยเริ่มจากการเสียดสี “มนุษย์ป่า”

2.1 แนวคิดและเนื้อหาการสร้างสรรค์: คณะผู้วิจัยเลือกเสียดสีประเด็น “มนุษย์ป่า” ซึ่ง มนุษย์ป่า หมายถึงผู้หญิงวัยกลางคนไปจนถึงผู้หญิงสูงอายุที่มีพฤติกรรมแสดงให้เห็นถึงการมีความเชื่อเป็นของตัวเอง ทำสิ่งต่าง ๆ อย่างมุ่งมั่น โดยไม่สนใจผู้อื่นหรือสังคมแวดล้อม เช่น การแย่งที่นั่งว่างในรถโดยสารสาธารณะ การแซงคิวไม่ยอมต่อแถว (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2558) โดยในการทดลองครั้งนี้คณะผู้วิจัยต้องการที่จะเสียดสีผู้หญิงสองวัยระหว่างผู้หญิงวัยรุ่นและผู้หญิงวัยกลางคนไปจนถึงวัยสูงอายุเพื่อให้เห็นถึงการวิพากษ์ซึ่งกันและกันและสะท้อนถึงความดัดจริตผ่านการนำเสนอความจริงของตัวละครสองวัย

2.2 วิธีการสร้างสรรค์: (1) ค้นคว้าเรื่องราวเกี่ยวกับมนุษย์ป่าจากประสบการณ์ของคณะผู้วิจัย บุคคลใกล้ชิด และจากเรื่องราวของบุคคลทั่วไปบนสื่อออนไลน์จำนวน 10 เรื่องราว (2) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งประเด็นและสถานการณ์เกี่ยวกับมนุษย์ป่า (3) คัดเลือกประเด็นและสร้างสถานการณ์ ได้แก่ มนุษย์ป่าในร้านอาหาร มนุษย์ป่าแซงคิว และมนุษย์ป่าในรูปแบบอาจารย์ (4) ออกแบบการแสดงโดยกำหนดให้มีตัวละคร 2 ตัว คือ มนุษย์ป่า และ หญิงสาว เพื่อนำเสนอปฏิกริยาระหว่างตัวละคร ในเรื่องราวที่กระชับขึ้นโดยกำหนดระยะเวลาภายใน 1-2 นาที

มีจุดเริ่มต้น จุดกลางเรื่อง และจุดจบของเรื่อง (5) ถ่ายทำที่
ละตัวละคร เนื่องจากนักแสดง 1 คน จะแสดงเป็นทุกตัว
ละครในคลิปวิดีโอและใช้การตัดต่อเพื่อให้เกิดความสมจริง

ของการสนทนากันระหว่างตัวละคร (6) เผยแพร่คลิปการ
แสดงและเก็บข้อมูลผลตอบรับ

ตารางที่ 2 การทดลองครั้งที่ 2 เน้นการสร้างสรรค์ตัวละครในสถานการณ์

สถานการณ์	เรื่องราว	ประเด็นการเสียดสี	ตัวละคร	ปฏิกิริยาของหญิงสาวต่อ มนุษย์ป่า
1. มนุษย์ป่าใน ร้านอาหาร	ความวุ่นวายของมนุษย์ ป่าที่เรื่องมาก พยายาม เรียกพนักงานเพื่อมา สอบถามและขอคืน อาหารอยู่บ่อยครั้ง	ลักษณะนิสัยของมนุษย์ ป่าที่อาศัยข้ออ้างเพื่อ ผลประโยชน์ส่วนตน	- ผู้หญิงอายุ 50 ปี - พนักงานเสิร์ฟ - ตัวละครอื่น	- พนักงานเสิร์ฟ รู้สึกรำคาญใน การกระทำของมนุษย์ป่า จึง ยอมรับจานอาหารคืนไปอย่าง ไม่เต็มใจ - ตัวละครอื่น ๆ รู้สึกอึดใจใน การกระทำของมนุษย์ป่า แต่ ทำอะไรไม่ได้จึงต้องทำท่าที่ ยินดีต่อการกระทำที่เกิดขึ้น
2. มนุษย์ป่าแขง คิ้ว	มนุษย์ป่าแขงคิ้วหญิง สาวคนหนึ่งจู่ๆในร้าน สะดุ้งตื่น หญิงสาวไม่ กล้าพูด ตัวละครผู้หญิง เซ็งเซ็งเห็นเหตุการณ์ จึง เข้าไปช่วยและบอกป่าว่า การแขงคิ้วนั้นไม่ถูกต้อง	ลักษณะนิสัยของมนุษย์ ป่าที่มีความเห็นแก่ตัว	- ผู้หญิงอายุ 50 ปี - ผู้หญิงอายุ 20 ปี - ตัวละครอื่น	- หญิงสาว ไม่ยินยอมจึง ทะเลาะและมีปากเสียงกับ มนุษย์ป่า
3. มนุษย์ป่าใน รูปแบบครูใน โรงเรียนมัธยม	มนุษย์ป่าในบทบาท คุณครูตำหนินักเรียน เรื่องพฤติกรรมที่ไม่ เหมาะสม แต่เมื่อมนุษย์ ป่าเห็นผู้อำนวยการเดิน ผ่าน เธอก็ทำทุกอย่าง เช่นเดียวกันกับที่เธอว่า ให้นักเรียน	ลักษณะนิสัยของมนุษย์ ป่าที่มักแสดงอำนาจให้ เหนือกว่าคนอื่น	- นักเรียนหญิงอายุ 17 ปี - คุณครูอายุ 46 ปี	- นักเรียนหญิง พยายามจะ อธิบายแต่ไม่ถูกรับฟัง จนกระทั่งเห็นการกระทำที่ ย้อนแย้งทำให้เธอสงสัยในการ กระทำของคุณครู



ภาพที่ 3 ผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในการทดลองครั้งที่ 2

ที่มา: คณะผู้วิจัย

2.3 การสะท้อนผล: คลิปมนุษย์ป่าในร้านอาหาร ได้รับผลตอบรับมากที่สุด (ยอดรับชม 112.9K ณ วันที่ 24 มกราคม 2565) ในขณะที่คลิปอื่น ๆ ยังได้รับผลตอบรับที่น้อย เมื่อวิเคราะห์พบว่า คลิปที่ได้รับความนิยมนี้ เป็นคลิปที่สะท้อนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงกับตัวผู้วิจัย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงได้กับประสบการณ์จริงของผู้ชม รวมถึงความน่าสนใจของการแสดงที่นักแสดง 1 คน เล่นเป็นทั้ง 3 ตัวละคร ทำให้เห็นปฏิกิริยาที่หลากหลายของตัวละคร มีมปัญหาชัดเจน มีความต้องการชัดเจน และตัวละครพยายามที่จะเอาชนะอุปสรรคโดยมีความเข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะเดียวกันคณะผู้วิจัยได้สะท้อนผลร่วมกันว่า การกำหนดเป้าหมายที่จะเสียดสีตัวบุคคลนั้นมีความละเอียดอ่อน และจำเป็นต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอให้หลากหลาย และเป็นกลางมากขึ้นเนื่องจากการสร้างสรรค์คลิปการแสดง โดยเลือกเล่าในมุมมองของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในขณะเดียวกัน จะถือเป็นการโจมตีอีกฝ่ายหนึ่งด้วย จึงได้ข้อสรุปว่า การถ่ายทอดประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและเชื่อมโยงได้กับประสบการณ์ของผู้ชมที่หลากหลายเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ประสบการณ์จึงมีผลต่อความเข้าใจในสถานการณ์ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น โดยขณะเดียวกันคณะผู้วิจัยได้พบว่า การทดลองในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงการเสียดสีอย่างชัดเจน แต่ความตลกขบขันซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการทำงานครั้งนี้ยังไม่เห็นเด่นชัด คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่า การคัดเลือกสถานการณ์ ควรขยายให้เห็นปฏิกิริยาของคนที่หลากหลายและแตกต่างจากความคาดหวังของสังคมให้ชัดเจนยิ่งขึ้นเพื่อสะท้อนประเด็น โดยเน้นปฏิกิริยาการแสดงออกด้วยท่าทาง การแต่งกาย เป็นต้น

3. การทดลองครั้งที่ 3

คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานยังคงต้องการพัฒนาผลงานผ่านประเด็นมนุษย์ป่าต่อ โดยนำข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 2 มาปรับใช้เพื่อพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงาน

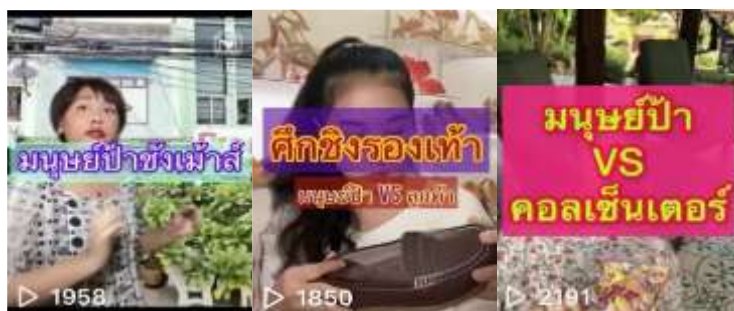
3.1 แนวคิดและเนื้อหาการสร้างสรรค: คณะผู้วิจัยยังคงแนวทางเดิมจากการทดลองที่ 2 แต่ปรับให้รูปแบบการนำเสนอควรขยายมุมมองปฏิกิริยาที่หลากหลาย การแสดงออกต่อสถานการณ์โดยเน้นปฏิกิริยามากกว่าคำพูดที่นำไปสู่การนำเสนอความแตกต่างของบุคลิกในแต่ละตัวละครอย่างชัดเจน

3.2 วิธีการสร้างสรรค์: (1) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมนุษย์ป่าจากประสบการณ์ตรงของคณะผู้วิจัย (2) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งประเด็นและสถานการณ์เกี่ยวกับมนุษย์ป่าจากมุมมองที่เฉพาะขึ้น (3) คัดเลือกประเด็นและสร้างสถานการณ์ที่สะท้อนประสบการณ์ตรง ได้แก่ สถานการณ์การแข่งขันรองทำในห้างสรรพสินค้า สถานการณ์ที่มนุษย์ป่าพูดจาว่กล่าวคนอื่นในทางเสียหาย สถานการณ์มนุษย์ป่าโทรศัพท์พูดคุยกับพนักงานคอลเซ็นเตอร์ นำสถานการณ์เหล่านี้มาวิเคราะห์เป้าหมายของการเสียดสี และออกแบบแนวทางของคลิปที่ต้องการจะนำเสนอ (4) ออกแบบโดยการกำหนดตัวละคร 2 ตัว เช่นเดิม ได้แก่ ผู้หญิงวัยรุ่น และวัยกลางคนไปจนถึงวัยสูงอายุ โดยให้เห็นมุมมองที่ชัดเจนระหว่างสองตัวละครที่ไม่จ้องโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง สร้างตัวละครให้มีความแตกต่างของบุคลิกลักษณะ (Character) ปฏิกิริยา (Reaction) ที่ชัดเจน (5) ถ่ายทำทีละตัวละครโดยอาศัยการจดจำที่วางเป็นแนวทางไว้อย่างคร่าว ๆ และทำ

ให้ตัวละครมีการตอบโต้กันโดยใช้การตัดต่อ (6) เผยแพร่คลิป
การแสดงและเก็บข้อมูลผลตอบรับ

ตารางที่ 3 การทดลองครั้งที่ 3 เน้นการเสียดสีตัวละครในสถานการณ์

สถานการณ์	ตัวละคร	การเสียดสีมนุษย์ป่า	การเสียดสีตัวละครหญิงสาว	ปฏิกิริยา
1. มนุษย์ป่า VS คอลเซ็นเตอร์	- ผู้หญิงอายุ 50 ปี - พนักงานคอลเซ็นเตอร์	ลักษณะนิสัยของมนุษย์ป่าที่อาศัยข้ออ้างเพื่อยืดหยุ่นกฎระเบียบต่าง ๆ	ลักษณะของคนที่ไม่พยายามเอาอกเอาใจผู้อื่นเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง	- มนุษย์ป่ารู้สึกดีใจที่สามารถเอาชนะได้ด้วยเหตุผลเข้าข้างตนเอง - พนักงานคอลเซ็นเตอร์ รู้สึกเหนื่อยล้าในการพยายามอธิบายและยินยอมเพื่อให้เรื่องจบ
2. สึกชิงรอนเก้า	- ผู้หญิงอายุ 47 ปี - ผู้หญิงอายุ 22 ปี	ลักษณะของมนุษย์ป่าที่ยึดเอาตนเองเป็นที่ตั้ง	ลักษณะของคนที่ไม่ยอมให้ใครมาเอาเปรียบ	- มนุษย์ป่ารู้สึกพอใจที่ชนะจากการแย่งชิง - หญิงสาวรู้สึกไม่พอใจเพราะรู้สึกว่าการตนเองโดนเอาเปรียบ
3. สถานการณ์มนุษย์ป่าซังเม้าส์	- ผู้หญิงอายุ 45 ปี - ผู้หญิงอายุ 28 ปี	ลักษณะของมนุษย์ป่าที่ชอบโอ้อวดและนินทาผู้อื่นลับหลัง	ลักษณะของคนที่ไม่ยอมถูกใครพูดจาถากถางดูถูก	- มนุษย์ป่า พุดจาจากถากถางหญิงสาวและชื่นชมลูกหลานของตนเองเพื่อให้ตนเองดูดีหรือเหนือกว่า - หญิงสาวรู้สึกไม่พอใจ จึงพูดประชดประชันกลับไป



ภาพที่ 4 ผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในการทดลองครั้งที่ 3

ที่มา: คณะผู้วิจัย

3.3 การสะท้อนผล: แม้ว่าคณะผู้วิจัยจะดำเนินการตามข้อสรุปและข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่แล้ว แต่ก็ยังไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ยอดผู้ชมและยอดการกดถูกใจยังคงมีจำนวนน้อย จากการวิเคราะห์การทำงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงการทดลองครั้งนี้พบว่า ปัจจัยหลักที่ยังทำให้คลิปการแสดงไม่น่าสนใจ คือ เนื้อหายังกระชับ เนื่องจากการดำเนินเรื่องช้า เพราะยังเล่าเรื่องตามโครงสร้างทฤษฎีละคร ที่จำเป็นต้องเห็นว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ส่งผลให้การทดลองในช่วงแรก

ยังไม่เป็นที่ดึงดูดสำหรับผู้ชมในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) บุคลิกของแต่ละตัวละคร (Character) ยังไม่มีความโดดเด่นเท่าที่ควร และแนวทางการสร้างสรรค์นี้อาจจะยังไม่สะท้อนพื้นฐานความเป็นจริงในสังคม ทำให้ผลงานไม่สามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ชมได้ คณะผู้วิจัยจึงปรับและเพิ่มแนวทางในการพัฒนาผลงานครั้งถัดไป คือ (1) การขยายปฏิกิริยา (Reaction) ในการตอบโต้ระหว่างตัวละครให้เร็วขึ้นเพื่อให้มีความกระชับ (2) ลดการใช้คำพูดที่ไม่จำเป็น ใช้การ

ใส่คำอธิบายแทน และ (3) พัฒนาบุคลิกภาพของตัวละครให้ชัดเจน

4. การทดลองครั้งที่ 4

คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานได้นำข้อค้นพบจากการทดลองครั้งที่ 3 มาพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานต่อโดยเปลี่ยนเป้าหมายของการเสียดสีไปที่ลักษณะของผู้ชายและความคาดหวังของผู้หญิงที่มีต่อผู้ชาย

4.1 แนวคิดและเนื้อหาการสร้างสรรค: ลักษณะของผู้ชายและความคาดหวังของผู้หญิงที่มีต่อผู้ชาย โดยนำเอาสถานการณ์รอบตัวที่เกิดขึ้นจริงมาขยาย เน้นนำเสนอลักษณะพฤติกรรมของตัวละครชายที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง ทำให้ตัวละครผู้หญิงมีปฏิกิริยาที่เปลี่ยนไป

4.2 วิธีการสร้างสรรค์: (1) ค้นคว้าเรื่องราวเกี่ยวกับสถานการณ์ความคาดหวังของผู้หญิงที่มีต่อผู้ชายจากประสบการณ์ของคณะผู้วิจัย บุคคลใกล้ชิด และจากเรื่องราวของบุคคลทั่วไปบนสื่อออนไลน์ จำนวน 10 เรื่องราว (2) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งประเด็นและสถานการณ์เกี่ยวกับความคาดหวัง (3) คัดเลือกประเด็นและสร้างสถานการณ์ได้แก่ เดทในฝัน และความสัมพันธ์เริ่มต้นระหว่างหญิงชาย (4) ออกแบบการแสดงโดยกำหนดให้มีตัวละคร 2 ตัว คือ ชาย และ หญิง เพื่อนำเสนอปฏิกริยาระหว่างตัวละคร (5) ถ่ายทำที่ตัวละคร และใส่คำพูดเพื่ออธิบายความคิดความรู้สึกของตัวละครผู้หญิงที่พูดไม่ได้ลงไปคลิประหว่างการตัดต่อ (6) เผยแพร่คลิปการแสดงและเก็บข้อมูลผลตอบรับ

ตารางที่ 4 การทดลองครั้งที่ 4 เน้นการเสียดสีผ่านปฏิกริยาของตัวละคร

สถานการณ์	เรื่องราว	การเสียดสีตัวละครชาย	ปฏิกริยาของตัวละครหญิง
1. เดทในฝัน	เดทสุดหรูหรารของหนุ่มสาวคู่หนึ่ง ชายหนุ่มเริ่มสั่งอาหารราคาแพง เมื่อถึงเวลาคิดค่าอาหารกลับเป็นหญิงสาวที่ต้องจ่ายทั้งหมด	ลักษณะของผู้ชายที่มีรสนิยมดี กินหรืออยู่แพงแต่มักเอาเปรียบผู้หญิง	หญิงสาวรู้สึกงุนงงและผิดหวัง เพราะคาดหวังว่าผู้ชายจะจ่ายค่าอาหารให้ แต่กลับต้องเป็นคนจ่ายเอง
2. เดทกับผู้ชายขี้ไม้	หนุ่มสาวคู่หนึ่งที่กำลังพูดคุยกันในเดทแรก ชายหนุ่มพูดโอ้อวดมากมาย ทำให้หญิงสาวเกิดความเอือมระอา	ลักษณะของผู้ชายที่ชอบพูดโอ้อวด	หญิงสาวมีอาการเบื่อหน่าย เพราะผู้ชายพูดเกี่ยวกับเรื่องตัวเองโดยไม่เปิดโอกาสให้ฝ่ายหญิงได้พูด
3. เดทแรก กับผู้ชายเคี้ยวแฉับ ๆ	เดทแรกของหนุ่มสาวคู่หนึ่งในร้านอาหาร ชายหนุ่มเคี้ยวอาหารเสียงดัง จนทำให้หญิงสาวเกิดความเขินอายต่อโต๊ะรอบข้าง	ลักษณะของผู้ชายที่เคี้ยวอาหารเสียงดัง	หญิงสาวอับอาย เพราะผู้ชายกระทำพฤติกรรมที่ไม่สุภาพและทำให้เกิดความสกปรก
4. เมื่อมานอนห้องแฟนครั้งแรก	หญิงสาวมานอนห้องแฟนครั้งแรก แต่กลับนอนไม่ได้เนื่องจากแฟนหนุ่มของเธอกรนเสียงดังมาก หญิงสาวพยายามปลุกเท่าไรก็ไม่รู้สึกตัว	ลักษณะของผู้ชายที่มีอาการกรน	หญิงสาวหงุดหงิด เพราะไม่คิดว่าเสียงกรนจากฝ่ายชายจะเป็นปัญหา
5. เมื่อคุมงานแฟนแต่แฟนไม่รู้	หญิงสาวกำลังโกรธแฟนหนุ่มและพยายามแสดงอาการไม่พอใจ แต่แฟนกลับไม่รู้และไม่ใส่ใจ	ลักษณะของผู้ชายที่ไม่รู้และไม่ได้ใส่ใจ	หญิงสาวไม่พอใจ เพราะแฟนหนุ่มไม่ได้แสดงออกว่าสนใจหรือใส่ใจ
6. เมื่อผู้ชายชวนไปห้อง	หญิงสาวกำลังนั่งรอชายหนุ่มที่กำลังอยู่ในห้องน้ำ มีเสียงดังมากออกมาจากห้อง เป็นเสียงของชายหนุ่มที่กำลังบ้วนปากอยู่	ลักษณะของผู้ชายเวลาทำธุระส่วนตัวเสียงดัง	หญิงสาวรู้สึกตกใจเพราะไม่คาดคิดว่าผู้ชายจะทำธุระเสียงดังในห้องน้ำจนเธอคิดว่าฝ่ายชายผิดปกติ



ภาพที่ 5 ผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในการทดลองครั้งที่ 4

ที่มา: คณะผู้วิจัย

4.3 การสะท้อนผล: จากผลตอบรับของผู้ชมพบว่าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ โดยมีการแสดงความคิดเห็นจากผู้ชมที่น้อย และยอดการกดถูกใจในแต่ละคลิปไม่เกิน 200 คณะผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้คลิปการแสดงไม่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ เนื้อหาที่นำเสนอมีความธรรมดาไม่แปลกใหม่ทั้งในรูปแบบการนำเสนอ มุมกล้อง การออกแบบ ตัวละครไม่แสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ที่แปลกหรือแตกต่างจากเดิม สาเหตุหนึ่งที่ทำให้การสร้างสรรคผลงานนั้นไม่มีความแตกต่างหรือแปลกใหม่คือ คณะผู้วิจัยยังไม่กล้าท้าทายหรือทลายแนวทางการทำงานของตนเอง ในการสร้างสรรค์ผลงานยังคงยึดขั้นตอนการสร้างสรรคการแสดงยังคงเป็นไปตามหลักทฤษฎีละคร คือ การเล่าเรื่องให้มีต้น กลาง จบ อย่างชัดเจน นักแสดงค้นหาแรงจูงใจของการกระทำ และความต้องการที่แท้จริงของตัวละคร ซึ่งเป็นกระบวนการคิดอย่างเป็นลำดับขั้นตอน รวมไปถึงการค้นหาแก่นหรือข้อคิดของเรื่อง โดยการกระทำดังกล่าวเกิดจากความกลัวว่าจะผิดพลาด ดังนั้นในการสร้างสรรค์ผลงานครั้งถัดไป คณะผู้วิจัยจะต้องออกจากกรอบและมีกระบวนการคิดสร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นอิสระ อาศัยสัญชาตญาณให้มากขึ้นและท้าทายประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

5. การทดลองครั้งที่ 5

ประเด็นที่คณะผู้วิจัยต้องการนำเสนอในครั้งนี้คือการเสียดสีวิดีโอคลิปที่เป็นกระแสนิยมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) มาสร้างสรรค์ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการคิดและวิธีการสร้างสรรค์ใหม่

5.1 แนวคิดและเนื้อหาการสร้างสรรค์: คณะผู้วิจัยมีความต้องการที่จะสร้างสรรค์คลิปวิดีโอโดยเสียดสีสิ่งที่กำลังเป็นกระแสนิยมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) โดยได้เลือก “ละครคุณธรรม” ที่มีเนื้อหาของคลิปเกี่ยวกับการที่บุคคลผู้มีอำนาจเข้าไปแฝงตัวในเหตุการณ์หรือมีส่วนร่วมในสถานการณ์บางสถานการณ์โดยไม่เปิดเผยสถานะของตนเอง และทำการเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงหลังจากได้รับการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม เพื่อทำให้ผู้ที่ประหลาดใจไม่ได้ต่อเขานั้นรู้สึกกละอาย ซึ่งวิดีโอคลิปละครคุณธรรมที่กำลังเป็นกระแสนั้นคือคลิป “ประธานบริษัท” โดย พลอย ชิดจันทร์ ห่ง นักแสดงหญิงชาวไทย ที่ภายหลังมีผู้คนจำนวนมากได้ล้อเลียนคลิปละครคุณธรรมนี้กันอย่างแพร่หลาย จนเกิดเป็นกระแสนิยมบนโลกออนไลน์

5.2 วิธีการสร้างสรรค์: วิธีการทำงานนั้นจะลงมือปฏิบัติในลักษณะที่ไม่ได้วางแผนอย่างชัดเจน มีโจทย์ของสถานการณ์คร่าว ๆ และมีการตั้งเป้าหมายเนื้อหาและลำดับขั้นตอนของภาพไว้อย่างคร่าว ๆ ก่อนการถ่ายทำ ใช้วิธีการด้นสดในประเด็นที่เลือกไว้ เน้นการแสดงถึงความรู้สึกภายในใจของคณะผู้วิจัยเอง หรือเป็นสิ่งที่คนทั่วไปกระทำไม่ได้ในชีวิตจริง โดยจะลงมือทำทันที เน้นการสร้างสรรค์ให้แตกต่างจากคลิปอื่น ๆ มีกระบวนการคิดที่ไม่ซับซ้อน อาศัยความสดใหม่และกล้าตัดสินใจอย่างรวดเร็ว เน้นไปที่การหยิบยกสิ่งรอบตัวมาคิดและจินตนาการต่อ เพื่อสร้างสรรค์และเสียดสีล้อเลียนเรื่องราวในรูปแบบต่าง ๆ ให้แตกต่างไปจากเดิม

ตารางที่ 5 คลิปล้อเลียนและเสียดสีศิลปะละครคุณธรรม

ศิลปะละครคุณธรรม	ความแปลกใหม่ในการนำเสนอ
1. ละครคุณธรรม	บ้านหลังใหญ่ซึ่งเป็นตึกอาคารเรียน ที่ตรงกันข้ามกับบ้านที่ทรูทร่าเหมือนคลิปต้นฉบับ และการหายหลังของคู่กรณีที่ถูกทำให้เห็นคนที่รอรับอยู่ด้านหลัง ทำให้เห็นถึงความไม่จริง
2. ประธานบริษัท	การกระโดดถีบประธานบริษัทด้วยความสะใจ เป็นการกระทำแทนใจของผู้ชมที่รู้สึกขัดใจเรื่องราวในละครคุณธรรม ที่มีเวลาวางมากและไม่ทำหน้าที่ที่ควรจะต้องทำ
3. ฉันทคือประธานบริษัท	ทุกตัวละครในเรื่องล้วนแล้วแต่เป็นประธานบริษัท ซึ่งเป็นการเสียดสีกระแสการทำคลิปล้อเลียนละครคุณธรรมกันอย่างแพร่หลายในช่วงเวลานั้น
4. แท้จริงแล้วฉันทคือ...	การเข้ากันได้ดีของประธานบริษัทกับคนธรรมดา โดยไม่พูดจาตู่ถูกกันและกันโดยตอนจบของเรื่องคือการจูงมือกันพูดคุยกันอย่างสนุกสนาน ซึ่งแตกต่างจากคลิปต้นฉบับ ที่คนเราไม่จำเป็นจะต้องแสดงความนอบน้อมต่อบุคคลที่เชื่อว่ามีอำนาจมากกว่า
5.อย่าบอกนะว่าเธอคือ...	การตบหน้าอีกตัวละครที่ยังพูดไม่จบเพราะคิดว่าเขาจะต้องพูดว่า เขาคือประธานบริษัท ดังเช่นคลิปประธานบริษัททั่วไป แต่ตัวละครกลับเฉลยว่าตนคือแม่บ้านจริง ๆ ไม่ได้เป็นประธานบริษัทแต่อย่างใด เพื่อแสดงให้เห็นว่า การคาดเดาของตนเอง อาจจะทำให้เกิดผลเสียแก่ผู้อื่น

หลังจากการทดลองทำคลิปล้อเลียนเสียดสีศิลปะละครคุณธรรม คณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาคลิปเสียดสีความเป็นจริงในสังคมเพิ่มเติม ที่เกิดจากแนวคิดของการเสียดสี

ความเป็นจริงที่หลากหลายในสังคมที่นอกเหนือจากการเสียดสีศิลปะละครคุณธรรม เพื่อสะท้อนถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม ผ่านบุคคลในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 6 คลิปล้อเลียนและเสียดสีความเป็นจริงในสังคม

คลิปเสียดสีความเป็นจริง	ความแปลกใหม่ในการนำเสนอ
1. คุณเป็นสายไหนในวันลอยกระทง	นำเสนอพฤติกรรมที่แตกต่างหลากหลายของบุคคลที่ใช้ชีวิตในเทศกาลวันลอยกระทงแบบไหน? คนแบบไหน?
2. เมื่อเพื่อนอกหัก	กระโดดถีบเพื่อนที่กลับไปคืนดีกับแฟน แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกของเพื่อนที่มักจะได้เป็นผู้รับฟังตอนเพื่อนทะเลาะกับแฟนและช่วยเหลือเต็มที่ แต่กลับกลายเป็นไร้ประโยชน์เมื่อเพื่อนคืนดีกับแฟน
3. เมื่อเพื่อนเดินห้าง	การล้อเลียนบุคคลที่มีอารมณ์ร่วมกับเพลงในห้างสรรพสินค้าในลักษณะการแสดงที่เกินจริง
4. เมื่อผู้หญิงต้องจอดรถ	นำเสนอถึงความจริงของผู้หญิงที่เมื่อต้องจอดรถมักจะเกิดความวุ่นวายผ่านการแสดงออกที่เกินจริงในสถานการณ์
5. เมื่อผู้หญิงถ่ายรูป	นำเสนอถึงความจริงของผู้หญิงที่เมื่อต้องถ่ายรูปมักจะกระทำให้ตนเองดูดี ผอม แต่แท้จริงแล้วต้องใช้ความพยายามและอดทนในการกลั่นหายใจเพื่อแอนด์สะโพก
6. ใช้ชีวิตเวอร์ชั่นตัดจจริต	การกระทำที่ตรงกันข้ามกับวิดีโอคลิปของมาตรฐานของกูรู เพื่อแสดงออกถึงความหลากหลายในการกระทำ เป็นการล้อเลียนโดยอ้างอิงถึงบุคคลคือผู้ที่กำหนดมาตรฐานการแสดงผลออก
7. กล่องสุ่ม	การกระโดดถีบเตือนสติลูกค้าที่คาดหวังสินค้าราคาแพง โดยไม่คำนึงว่านั่นคือกล่องสุ่มเป็นการล้อเลียนกระแสสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม



ภาพที่ 6 ผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในการทดลองครั้งที่ 5
ที่มา: คณะผู้วิจัย

5.3 การสะท้อนผล: จากผลตอบรับของผู้ชมพบว่า การสร้างผลงานในครั้งนี้ ได้รับผลตอบรับที่เกินความคาดหมาย มียอดรับชมหรือการเข้าถึงวิดีโอคลิปที่มากขึ้น โดย 1 ใน 4 คลิป คือ คลิปประธานบริษัท ซึ่งเป็นที่พูดถึงอย่างกว้างขวางในหลากหลายแอปพลิเคชัน ได้แก่ Twitter Instagram และได้ติดคลิปที่มีความนิยมอันดับหนึ่งในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ด้วย จากการสร้างสรรค์

ผลงานในการทดลองครั้งที่ 5 ทำให้คณะผู้วิจัยได้ข้อค้นพบว่า ในการสร้างสรรค์ผลงานผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ให้ประสบความสำเร็จนั้น ปัจจัยสำคัญคือ ต้องสร้างสรรค์การแสดงออกที่แปลกและแตกต่างจากคลิปทั่วไป รวมไปถึงต้องสร้างสรรค์ร่วมไปกับประเด็นที่กำลังเป็นกระแสนิยม หรือสถานการณ์ที่สามารถเชื่อมโยงกับผู้ชมส่วนมากได้ ไม่เฉพาะเจาะจงมากเกินไป



ภาพที่ 7 ผลงานคลิปวิดีโอที่เผยแพร่และผลตอบรับในการทดลองครั้งที่ 5
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ผลการวิจัย

การสร้างสรรค์ผลงานภายใต้โครงการวิจัยการสร้างสรรคการแสดงแนวเสียดสีสังคมผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) โดยมีรูปแบบและวิธีการสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน คือ การเสียดสีความเป็นจริงในสังคม และการเสียดสีกระแสนิยมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)

ซึ่งได้ผลงานวิดีโอคลิปการแสดงทั้งหมด 30 คลิป แบ่งออกเป็นเนื้อหา

- (1) การเสียดสีผู้หญิง 5 คลิป
- (2) การเสียดสีมนุษย์ป่า 6 คลิป
- (2) การเสียดสีผู้ชาย 6 คลิป
- (3) การล้อเลียนละครคุณธรรม 5 คลิป

(4) การล้อเลียนสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม 3 คลิป

(5) การล้อเลียนพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคม 10 คลิป

วิดีโอคลิปที่ได้รับความนิยมและมีการตอบรับ 3 อันดับสูงสุด ได้แก่

1. คลิปประธานบริษัท มียอดผู้เข้าชม 937,000 และยอดผู้กดถูกใจ 87,500 คน โดยเนื้อหาของคลิปถูกสร้างสรรค์ขึ้นในรูปแบบการเสียดสีกระแสนิยมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ให้มีจุดจบที่แตกต่างไปจากที่ผู้ใช้งานรายอื่น ๆ สร้างสรรค์ขึ้น ทำให้ผู้ชมคาดไม่ถึงจึงเกิดเป็นความตกชบขึ้น

2. คลิปก็หักไปเลยสิคะ มียอดผู้เข้าชม 141,500 และยอดผู้กดถูกใจ 6,398 คน โดยเนื้อหาของคลิปถูกสร้างสรรค์ขึ้นในรูปแบบการเสียดสีความเป็นจริงในสังคม จุดจบนักแสดงมีการตัดสลับใจกระทำที่แตกต่างไปจากความเป็นจริงที่คนในสังคมจะกระทำจริงได้ อีกทั้งเนื้อหาของเรื่องยังทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงเข้ากับประสบการณ์ของตน เกิดเป็นความแปลก ความตกชบขึ้น

3. คลิปมนุษย์ป่าในร้านอาหาร มียอดผู้เข้าชม 112,900 และยอดผู้กดถูกใจ 8,669 คน เนื้อหาของคลิปเป็นการล้อเลียนหญิงสาวสูงวัยจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม ซึ่งทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงเข้ากับประสบการณ์ของตนได้

ทั้ง 3 คลิปมีการตอบรับในแนวทางที่คล้ายคลึงกันคือ ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้เนื่องจากเนื้อหาของคลิปมีความเชื่อมโยงต่อประสบการณ์ของผู้ชม อีกทั้งตอนจบของเรื่องยังแหวกไปจากคลิปทั่วไปบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ทำให้ผู้ชมคาดไม่ถึงในจุดจบและเกิดเป็นความตกชบขึ้น ผู้ชมส่วนใหญ่ที่รับชมวิดีโอคลิปมีปฏิกริยาในทางพึงพอใจ หรือสนใจในการกระทำที่นักแสดงได้แสดงออกผ่านวิดีโอคลิป เป็นการนำเสนอสิ่งที่คนไม่สามารถกระทำจริงได้ในสังคม

การสังเคราะห์องค์ความรู้จากกระบวนการสร้างสรรค์

ในการสร้างสรรค์ผลงานภายใต้โครงการวิจัยการสร้างสรรค์การแสดงแนวเสียดสีสังคมผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) คณะผู้วิจัยได้เรียนรู้จากขั้นตอนการทดลองทั้ง 5 ครั้งซึ่งสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้จากกระบวนการสร้างสรรค์ออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านรูปแบบและเนื้อหาแนวเสียดสีของวิดีโอคลิปการแสดงบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (TikTok)

แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เน้นการรับชมในเวลาอันสั้น เนื้อหาสาระหรือวิธีการสร้างสรรค์คลิปการแสดงจึงมักไม่ปฏิบัติตามวิธีการในรูปแบบของศิลปะการละครที่มุ่งเน้นการนำเสนอเรื่องราวผ่านบทละครที่สมบูรณ์แบบ มีจุดเริ่มเรื่อง จุดขัดแย้งของตัวละคร ตลอดจนจุดสูงสุดไปจนถึงจุดคลี่คลายที่ทำให้ตัวละครได้เรียนรู้อย่างแท้จริง ผู้ชมมักจะให้ความสนใจในข้อผิดพลาดจากการแสดง และไม่ต้องการเห็นความสมบูรณ์แบบเสมอไป เช่น นักแสดงหลุดหัวเราะในสถานการณ์ หรือการที่ตัวละครต้องล้มและเห็นถึงทีมงานไปรับอยู่เบื้องหลัง ซึ่งสิ่งที่ดูเหมือนจะผิดพลาดในมุมมองของศิลปะการละครกลับกลายเป็นการนำเสนอความจริงของกระบวนการสร้างสรรค์ ทำให้ผลงานนั้นมีเสน่ห์และเป็นความตกชบได้ ความผิดพลาดของการแสดงจึงกลายเป็นการนำเสนอความจริงที่เป็นความไม่สมบูรณ์แบบของมนุษย์

ในขณะที่การเสียดสีนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้านที่นิยมบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) คือ การเสียดสีความเป็นจริง ได้แก่ การเลือกประเด็นสถานการณ์หรือพฤติกรรมของมนุษย์ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้เชื่อว่าเป็นความจริง ถูกทำให้ต้องปฏิบัติตามอย่างเป็นแบบแผน โดยต้องทำท่ายและตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่เชื่อว่าเป็นความจริงนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่าความจริงตั้งอยู่บนความหลากหลาย และย่อมมีอิสระในการแสดงออก นำไปสู่การทลายกรอบของความเป็นแบบแผนเดียว และการเสียดสีกระแสนิยมบนติ๊กต็อก (TikTok) ทำให้เห็นถึงภาพบนโลกออนไลน์ที่สร้างสมมุติสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ กระบวนการคิด ทำให้มีความรู้สึกคล้ายตาม ตลอดจนการตั้งคำถาม ซึ่ง

ทำให้ไม่สามารถรู้หรือแยกแยะความจริงได้ ซึ่งการสร้างสรรคศิลป์ในลักษณะนี้สามารถเป็นเครื่องเตือนใจให้ผู้รับชมได้กลับมาระลึกถึงความเป็นจริง หรือการกลับมาสำรวจตัวตน

2. ด้านวิธีการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอคลิปการแสดงที่แตกต่างจากแนวทางของศิลปะการละคร

เนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอคลิปครั้งนี้ อาศัยแนวทางศิลปะการละครและกระบวนการตีความ (Devising) เป็นตัวแปรต้นในการเริ่มออกแบบกระบวนการสร้างสรรค์การแสดงแนวตลกเสียดสี ในขณะที่ตัวแปรควบคุมที่สำคัญคือแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ทำให้ผู้วิจัยได้พบว่า การสร้างสรรค์การแสดงบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) นั้นแตกต่างจากทักษะทางการแสดงละครเวที การกระทำต่าง ๆ ที่แสดงออกมามักจะถูกเน้นไปที่ความต้องการของนักแสดงในฐานะนักออกแบบมากกว่าการทำงานกับตัวละครเพียงอย่างเดียว นักแสดงจะต้องจดจ่อถึงการรับรู้ประเด็นและเป้าหมายของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ชัดเจน เพื่อให้เห็นถึงเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารกับผู้ชมมากกว่าการเข้าถึงตัวละครอย่างสมบูรณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับความเป็นนักแสดงตามแนวทางของศิลปะการละคร จะเห็นว่าการทำงานข้ามแพลตฟอร์มเช่นนี้จะใช้ทักษะที่เป็นความเข้าใจในสถานการณ์ไปจนถึงการแสดงออกถึงปฏิสัมพันธ์ที่เป็นการรับรู้ของนักแสดงผ่านฐานความคิดของตนเองและผู้ร่วมกระบวนการทำงานซึ่งเป็นผลทำให้การแสดงมีความไร้ขอบเขตมากขึ้น แต่หากต้องใช้ฐานคิดในมุมมองของตัวละครพบว่า จะมีข้อจำกัดในการแสดงออกเนื่องจากต้องมีความเชื่อมโยงกันภายในเนื้อเรื่องนั้น ๆ การตีความที่ต้องใช้เวลาในการศึกษาและซึมซับตัวละครจะส่งผลต่อปฏิสัมพันธ์การแสดงออกซึ่งบางส่วนก็จะขึ้นอยู่กับนักแสดงด้วย

ข้อสังเกตนี้นำไปสู่ประเด็นของสุนทรียะในความไม่สมบูรณ์แบบที่ศิลปะการแสดงในแอปพลิเคชันติ๊กต็อก กำลังทำการละลายเส้นแบ่งของความเป็นละครกับชีวิตจริง หรือ ความจริงในชีวิตกับการสร้างความจริงในละคร ดังนั้น ผลงานของคณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานวิดีโอที่ประสบความสำเร็จ จึงกลายเป็นการปฏิบัติการที่ปราศจาก

การวางแผนที่เป็นขั้นตอนมากจนเกินไป แต่เป็นเพียงการกำหนดแผนการทำงานไว้พอสังเขป และใช้ความจริง ณ เวลานั้นในการสร้างสรรค์การแสดง ผู้วิจัยยังได้สังเกตการทำงานของตนเองและพบว่า อุปสรรคสำคัญสำหรับนักแสดงละครเวทีที่ข้ามแพลตฟอร์มมาทำงานด้วยการบันทึกวิดีโอในติ๊กต็อก คือ ความคาดหวังในการแสดงของตนเอง และอาจจะทำให้เกิดความกังวลที่จะเป็นเป็นตัวของตัวเองอย่างธรรมชาติ

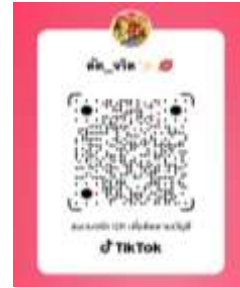
3. ด้านมุมมองต่อการแสดงแนวเสียดสี และ “ความตลกจืด”

การแสดงแนวเสียดสี เป็นการแสดงที่ทำให้เห็นถึงการท้าทายมุมมองหรือกรอบแนวคิดของสังคม คณะผู้วิจัยต้องการตั้งคำถามต่อสังคมผ่านคำว่า “ตลกจืด” มุ่งทำให้เกิดความหลากหลายทางด้านความคิด พฤติกรรม ไปจนถึงการแสดงออก ทำให้เกิดเป็นผลงานที่มีความแตกต่าง การสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้ทำให้คณะผู้วิจัยได้เห็นถึงมุมมองความคิดของผู้คนที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นวัยหรือเพศสภาพ การมีมุมมองที่แตกต่างนำไปสู่การตัดสินใจที่เกิดจากความคาดหวังของอีกฝ่าย การเสียดสีจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้มนุษย์ได้แสดงออกถึงความต้องการของตนเอง อีกทั้งยังเป็นวิธีการแสดงออกถึงความไม่เห็นด้วยผ่านวิธีที่ประณีต ประนอม สร้างสรรค์ และตลกขบขัน บั่นทึง ลดความรุนแรงในการสื่อสารลงได้ แต่ประเด็นยังคงอยู่เพื่อให้คิดและพิจารณา

บทสรุป

การสร้างสรรค์วิดีโอคลิปบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ถูกคิดค้นโดยมีธรรมชาติของแพลตฟอร์มที่ส่งผลถึงการสร้างสรรค์การแสดง ซึ่งจำเป็นต้องเน้นการแสดงออกที่รวดเร็วและชัดเจน เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้และเกิดความเข้าใจ โดยเฉพาะในแง่ของการแสดงแนวเสียดสี จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแสดงออกที่เกินจริง จึงจะทำให้เกิดความตลกขบขัน ในการสร้างสรรค์ผลงานครั้งนี้ทำให้คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงานสามารถทลายกรอบความคิดด้านการสร้างสรรค์ผลงานการแสดงที่ข้ามพื้นที่ จากละครเวทีไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์บน

แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) โดยต้องอาศัยทักษะการสร้างสรรค์ที่พร้อมปรับเปลี่ยน มีมุมมองที่ยืดหยุ่นและกว้างไกล ทักษะการวิเคราะห์และกลั่นกรอง เพื่อพัฒนาผลงานให้เกิดความหลากหลายไร้ขีดจำกัด



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2558). *จัดการคนพันธุ์ 'มนุษย์ป่า'*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 มกราคม 2565. แหล่งที่มา <http://www.kriengsak.com/aunt-man-species-manage>.
- กฤติกร วงศ์สว่างพานิช. (2560). *การล้อเลียน (Parody) ที่เป็นมากกว่า 'การหมั่นไส้ของชาวเน็ต'*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 พฤษภาคม 2564. แหล่งที่มา <https://bit.ly/3tIPT5g>
- ไซสิริ ปราโมช ณ อยุธยา. (2534). *การเปลี่ยนแปลงถ้อยคำและความหมายของสำนวนไทย (3)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะละครศิลปะชั้นธา. (2553). *Devised Theatre by Khandha Arts Theatre Company*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 กรกฎาคม 2565, แหล่งที่มา <https://bit.ly/3fe8ccN>
- จันทิมา หวังสมโชค. (2549). *กลวิธีล้ออารมณ์ขันในละครตลกสถานการณ์ของไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2563). *ความหมายของ การล้อ : parody ไม่ใช่ bully*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 พฤษภาคม 2564. แหล่งที่มา <https://bit.ly/3ulvpu0>
- ธนัพร กิตติก้อง. (2563). *การแสดง/Performance: ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเพอร์ฟอร์แมนซ์*. ขอนแก่น: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรรัตน์ ดำรุ่ง. (2557). *ละครประยุกต์: การใช้ละครเพื่อการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรัตน์ ดำรุ่ง. (2562). *ข้ามศาสตร์ ข้ามเวลา*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ภัสสรุศุภางค์ คงบำรุง. (2563). *Devised Theatre สร้างสรรค์ละครเพื่อพัฒนาการเรียนรู้*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 29 เมษายน 2564 แหล่งที่มา <https://bit.ly/3aOAwkr>
- รณิดา อัจฉกลับ. (2562). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม Challenge ในแอปพลิเคชัน Tik-Tok ของผู้ใช้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. นิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิภาพร กล้าวิทย์กิจ. (2548). *อารมณ์ขันในข้อความสั้นสำเร็จรูป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณขวัญ พลขวัญ. (2555). *ความแตกต่างแห่งสุนทรีย์: สถานการณ์ปัจจุบันของละครเวทีไทยร่วมสมัย* Difference of Aesthetics: The Current Situation of Thai Contemporary Theatre. *วารสารนักบริหาร*, 32(1), 26.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC. (2563). *กายวิภาคแห่งการแะ : การแฝงนัยในผลงานสร้างสรรค์*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 พฤษภาคม 2564. แหล่งที่มา <https://bit.ly/3tD7niT>