

การสื่อสารทางการเมืองเบื้องหลังนักแสดงตัวเอก

เกียรติญา สายสนั่น*

(Received: 15 JAN 2019 / Revised: 28 MAR 2019 / Accepted: 4 APR 2018)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนักแสดงในวงการบันเทิงไทย 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์ให้คงไว้ซึ่งความเป็นนักแสดงตัวเอกในวงการบันเทิงไทย โดยมุ่งศึกษานักแสดงผู้ให้ข้อมูลชายหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปจำนวน 15 คน ที่ยังคงสถานะความเป็นตัวเอกของละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงเวลาหลังข่าว โดยเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนกันยายน-ธันวาคม 2561 และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า 1) การสื่อสารทางการเมืองคือการสื่อสารภาพลักษณ์ของนักแสดงในรูปแบบหนึ่งเพื่อดำรงไว้ซึ่งความสำเร็จทางอาชีพ นักแสดงจึงควรให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของตนเองเป็นอย่างยิ่ง 2) อำนาจของนักแสดงอันเกิดจากผลงานที่ได้รับการยอมรับอย่างไม่มีข้อกังขา จะนำมาซึ่งบารมี และสร้างความโดดเด่นให้คงไว้ซึ่งความเป็นนักแสดงตัวเอกในวงการบันเทิงไทยตลอดไป

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการเมือง การใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์นักแสดงตัวเอก

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาการสื่อสารทางการเมือง คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Political Communication of Thai Main Actors

Kiattiya Saisanun^{*}

How political communication builds and sustains images of actors in the Thai entertainment industry was studied. By advancing officially approved political messages, can Thai actors may acquire influence and be rewarded with major roles in televised dramashows. Samples were 15 actors aged 30 and older who are professionally active, playing lead roles in prime-time programs broadcast in the Kingdom. Data was gathered by in-depth interview and related documents.

Results were that political communication is one means to shape a public image that may be a key to a successful and influential acting career. Public image is essential in Thailand. The political influence of actors resulting from public recognition of high achievements and ideal public image, develops individualized stars who maintain popularity and significance over the long term. They are subsequently cast in major roles in the Thai film industry, by no coincidence.

Keywords: Political communication, Image building, Leading actors

^{*} Ph.D. Candidate, Doctor of Philosophy Program in Political Communication, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

การสื่อสารทางการเมืองเบื้องหลังนักแสดงตัวเอก เกียรติญา สายสนั่น*

บทนำ

ธุรกิจบันเทิงถือเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะเมื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลในปี พ.ศ.2557 ที่ยอดการประมูลทั้ง 4 ประเภทที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จะนำเงินส่งเข้ากระทรวงการคลังเพื่อเป็นรายได้แผ่นดินสูงถึงกว่า 50,862 ล้านบาท จากตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของธุรกิจบันเทิงได้เป็นอย่างดี (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2556)

หากจะกล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจดิจิทัลทีวีแล้ว หนึ่งในนั้นย่อมหมายถึงหัวใจสำคัญอย่างรายการโทรทัศน์ ซึ่งละครถือเป็นรายการโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความต้องการมากเป็นอันดับต้น ๆ เพราะถูกกับรสนิยมของคนไทยมากที่สุด (องอาจ สิงห์ลำพอง, 2560) โดยอิทธิพลของละครโทรทัศน์ยังส่งผลต่อความสำเร็จของสถานีผู้ผลิตเป็นอย่างมาก เห็นได้จากสถานีเก่าแก่ของประเทศไทยอย่างสถานีโทรทัศน์ไทย

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาการสื่อสารทางการเมือง คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



ทีวีสีช่อง 3 ที่นับตั้งแต่ปีพ.ศ.2558 เป็นต้นมา พบว่าเรตติ้งสถานีโดยรวมลดลงเป็นอย่างมาก แต่เมื่อละครเรื่องบุพเพสันนิวาสที่ผลิตโดยบริษัทบรอดคาสท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด เริ่มออกอากาศก็เกิดเป็นปรากฏการณ์ความนิยมเรตติ้งผู้ชมทั่วประเทศเริ่มต้นในตอนแรกที่ 3.4 แต่พุ่งไปจบถึง 18.6 หรือมีผู้ชมกว่า 12 ล้านคน รัฐบาลนำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาจึงใช้กระแสความนิยมนี้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยให้ประชาชนหันมาท่องเที่ยวตามรอยละคร และช่วยกันสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยให้ทั่วโลกได้รู้จัก (โพสท์ทูเดย์, 2561) จากตัวอย่างนี้ สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของธุรกิจบันเทิงที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้ว จะพบว่าผู้ที่มีความสำคัญต่อทิศทางการขับเคลื่อนนั้นก็คือทีมงานผู้อยู่เบื้องหลัง และโดยเฉพาะดารานักแสดงผู้อยู่เบื้องหน้า เมื่อธุรกิจนี้เจริญเติบโตมากขึ้นย่อมส่งผลให้นักแสดงกลายเป็นหนึ่งในผู้ทรงอิทธิพลที่มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และมีบทบาทขับเคลื่อนสังคมในวงกว้าง ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เฉพาะในแวดวงบันเทิงอีกต่อไป

การเป็นนักแสดงนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นเหตุการณ์ที่ถูกสร้างขึ้น (pseudo-event) เป็นสิ่งที่มีการปั้นแต่งให้เกิดขึ้น (The star is not born, but made) (Boorstin, 1962: 195) โดยเริ่มตั้งแต่การที่นักแสดงเป็นที่ประทับใจจนถูกชักนำเข้าสู่วงการบันเทิง มีการพัฒนาด้านความงาม บุคลิกภาพ การศึกษา ฯลฯ จนกระทั่งเข้าสู่การเป็นที่พูดถึงและได้รับบทบาทการแสดงในที่สุด หากผลงานประสบความสำเร็จย่อมมีผู้ชื่นชอบ และเมื่อมีจำนวนมากเข้าก็มักมีการร่วมกลุ่มจัดตั้งเป็นแฟน

คลับเพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่แสดงถึงความชื่นชมที่มีต่อนักแสดงนั้น ๆ ร่วมกัน ส่งผลให้สื่อมวลชนทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่มีความเคลื่อนไหวเกิดขึ้น การปั้นแต่งในทุกขั้นตอนเหล่านี้คือระบบดารา (Star system) ที่วางรากฐานและมีอิทธิพลมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1920 โดยเป็นสิ่งที่สาธารณชนกำหนดขึ้นมา นักแสดงเป็นคนที่สาธารณชนยกย่อง ด้วยเหตุที่ระบบนี้นำรายได้เข้ามาให้ ผู้ผลิตที่อยู่เบื้องหลังจึงลงทุนในการสร้างนักแสดงหน้าใหม่มาเพื่อใช้งานให้เพียงพอ ซึ่งจุดเด่นของระบบคือการมุ่งไปที่ตัวคนมากกว่าผลงาน เมื่อมีระบบดาราเกิดขึ้นทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างละครและดารา นักแสดงเปลี่ยนไป จากที่การคัดเลือกตัวละครจะคำนึงถึงประเด็นหลักคือความเหมาะสมกับบทบาทการแสดง ละครกลับกลายเป็นเพียงเครื่องมือในการนำเสนอรูปร่างหน้าตา เพื่อให้นักแสดงเป็นที่รู้จักขึ้นชอบและคงความเป็นผู้มีชื่อเสียงไว้ให้ได้มากที่สุด เดิมทีตัวละครจะถูกเขียนมาโดยเฉพาะเจาะจงว่ามีบุคลิกลักษณะเช่นไร กลับกลายเป็นต้องมาปรับบทบาทตัวละครให้คล้ายคลึงกับบุคลิกลักษณะส่วนตัวของนักแสดงเพื่อส่งเสริมชื่อเสียงให้มากยิ่งขึ้น

ในปัจจุบันนี้ การเข้าสู่วงการบันเทิงมีหลากหลายช่องทางด้วยกัน แต่ถึงแม้จะมีนักแสดงหน้าใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ระยะเวลาการทำงานกลับสวนทางกัน เมื่อเข้ามาง่ายก็ยอมออกไปง่ายเช่นกัน หากพิจารณานักแสดงที่ลงนามสัญญา กับสถานีโทรทัศน์เก่าแก่ที่มีอิทธิพลต่อวงการบันเทิงไทยแล้ว จะพบว่านักแสดงที่ลงนามสัญญาเป็นนักแสดงในสังกัดสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีอายุการทำงานไม่น้อยกว่า 15



ปี และยังคงอยู่ในตำแหน่งสำคัญ มีบทบาทเป็นตัวเอกของละครแต่ละเรื่อง มีจำนวนเพียง 2 คนเท่านั้น (สถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7, 2561) และเมื่อเทียบกับนักแสดงในสังกัดสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 แล้วจะพบว่ามีจำนวน 2 คนเช่นเดียวกัน (สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, 2561) จะเห็นว่าอาชีพนี้ไม่ได้มีระยะเวลาการทำงานที่ยาวนานเช่นในอดีตอีกต่อไป จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองของนักแสดง นั่นก็คือการสื่อสารเพื่อต่อรองและแย่งชิงอำนาจ เพื่อให้คงไว้ซึ่งชื่อเสียงและความนิยม หากนักแสดงใช้กลยุทธ์การสื่อสารอย่างเหมาะสม สร้างการตอบโต้เรื่องราวที่ทำให้สามารถครอบครองพื้นที่ข่าวตกอยู่ในกระแสเป็นที่สนใจตลอดเวลา ย่อมส่งผลต่องานและรายได้ที่ตามมา ในทางกลับกัน หากนักแสดงไม่มีความโดดเด่น ไม่มีประเด็นให้สื่อสนใจนำเสนอ อีกทั้งไม่รู้จักรับใช้ช่องทางการสื่อสารของตัวเองให้เกิดประโยชน์ ก็จะเป็นนักแสดงที่ตกกระแส ย่อมไม่มีผู้ผลิตรายใหญ่ยอมเสี่ยงที่จะหยิบยื่นบทบาทตัวละครเอกให้เป็นแน่ ซึ่งโดยทั่วไปนั้น อำนาจการต่อรองของนักแสดงในวงการบันเทิงไทยมักแปรผกผันกับอายุทางการแสดง เมื่ออายุมากขึ้นโอกาสในการรับบทบาทตัวเอกกลับลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม ใช้นักแสดงทุกคนจะเป็นไปตามวัฏจักรของวงการบันเทิงไทยเช่นนี้ ยังคงมีนักแสดงบางคนที่ยิ่งอายุมาก ก็ยิ่งมีอำนาจต่อรองในการรับงานมากขึ้นตามไปด้วย ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาในหัวข้อที่ว่า “การสื่อสารทางการเมืองเบื้องหลังนักแสดงตัวเอก”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนักแสดงในวงการบันเทิงไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์ให้คงไว้ซึ่งความเป็นนักแสดงตัวเอกในวงการบันเทิงไทย

นิยามศัพท์

1. การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) หมายถึง การส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ ของนักแสดงไปยังประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายเพื่อครอบครองพื้นที่ทางอำนาจในการมีตัวตนให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการทำงานในวงการบันเทิงอย่างยาวนาน
2. การใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์ (Image Building) หมายถึง การใช้ความสามารถที่มีของนักแสดงสื่อสารออกมาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ไปในทิศทางบวก ที่มีผลสำคัญต่อการทำงานในวงการบันเทิงไทย
3. นักแสดงตัวเอก (Leading Actor) หมายถึง บุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นผู้แสดงที่ได้รับบทบาทตัวละครหลัก ที่ขึ้นชื่อในการแนะนำรายชื่อนักแสดงเป็นลำดับที่ 1-4 ของละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเบื้องหลังนักแสดงตัวเอก โดยเป็นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง



(Purposive sampling) จากนักแสดงชายหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน ที่ยังคงสถานะความเป็นตัวเอกของละครโทรทัศน์แต่ละเรื่อง ที่รับแสดง ซึ่งออกอากาศในช่วงเวลาไพรม์ไทม์หลังข่าวภาคค่ำ ที่มีประสบการณ์การทำงานในวงการบันเทิงมากกว่า 15 ปี และมีผลงานการแสดงอย่างสม่ำเสมอไม่น้อยกว่า 30 เรื่องตลอดระยะเวลาที่อยู่ในวงการบันเทิง โดยเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน-ธันวาคม 2561 รวมทั้งการสังเกตการณ์และศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายนามผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้ 1) นิรุตติ ศิริจรรยา 2) สินจัย เปล่งพานิช 3) ลลิตา ปัญโญภาส 4) สหรัถ สังคปรีชา 5) สุวนันท์ ปุณณกันต์ 6) ศรธรรม เทพพิทักษ์ 7) ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ 8) วรณัฐ ภิมมย์ภักดี 9) ธนา สุทธิกมล 10) เจนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ 11) ณัฐวุฒิ สะกิดใจ 12) ปิยธิดา มิตรธีรโรจน์ 13) อธิชาติ ชุมนานนท์ 14) จิรนนท์ มะโนแจ่ม 15) ศิววัฒน์ โชติชัยชรินทร์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยประกอบด้วย 2 หัวข้อ ดังนี้

1. การสื่อสารทางการเมืองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนักแสดงในวงการบันเทิงไทย

การสื่อสารทางการเมืองของนักแสดงคือการส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะในการมีตัวตนให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาตั้งแต่นักแสดง

เริ่มก้าวเข้าสู่วงการบันเทิงจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าในอดีตนั้น อาชีพนักแสดงมักจะถูกมองว่าเป็นอาชีพเดินกินรำกิน ไม่มีความมั่นคง (ณัฐวุฒิสะกิตใจ, 2561) ทำให้หลายคนมีทัศนคติที่ไม่ดีและไม่มีความประสงค์จะเข้าประกอบอาชีพนี้แต่แรก อีกทั้งยังมองว่าตนไม่มีความสามารถที่คู่ควร แต่เมื่อได้รับโอกาสก็สามารถพัฒนาตนเอง จนกลายเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงในท้ายที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าความเป็นนักแสดงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นได้ (pseudo-event) โดยเริ่มตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ให้โดดเด่นเป็นที่รู้จัก ซึ่งครอบครัวคือผู้อยู่เบื้องหลังการสร้างภาพลักษณ์ที่สำคัญ และแม้นักแสดงที่มีครอบครัวเป็นบุคลากรในวงการบันเทิง จะมีช่องทางให้ได้รับโอกาสในการทำงานที่ดีกว่า แต่ภาพลักษณ์ของความเป็นคนบันเทิงที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ย่อมถูกคาดหวังว่าจะต้องมีความสามารถที่ดีไม่แพ้บุคลากรจึงอาจก่อให้เกิดความกดดันในช่วงเริ่มต้นการทำงานได้

กระบวนการสร้างภาพลักษณ์นั้นเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ที่ติดตัวมาก่อนเข้าสู่วงการ อันเกิดจากการสร้างสรรค์ของครอบครัว ผู้ที่ไม่มีความประสงค์จะเข้ามาทำงานในอาชีพนี้จึงมักจะมีบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมการแสดงออกที่เป็นธรรมชาติสะท้อนให้เห็นลักษณะเด่นและลักษณะด้อยได้อย่างชัดเจน เมื่อนำมาวางแผน ศึกษา กลุ่มเป้าหมายและเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีในความทรงจำประชาชนแล้ว จำเป็นต้องรักษาให้คงทนด้วยการพัฒนาผลงานให้มีความหลากหลาย นอกจากนั้นควรวางแผนป้องกันและเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่อาจส่งผล



กระทบต่อภาพลักษณ์ขึ้น จะได้แก้ไขได้ทันทั่วทั้งที่ ที่สำคัญ ควรสื่อสารโดยมีพื้นฐานสำคัญคือความจริงใจ ซึ่งประชาชนสามารถสัมผัสได้ไม่ยาก

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์ให้คงไว้ซึ่งความเป็นนักแสดงตัวเอกในวงการบันเทิงไทย

การใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์ คือการใช้ความสามารถที่มีของนักแสดงสื่อสารออกมาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ไปในทิศทางบวก มีผลสำคัญต่อการทำงานในวงการบันเทิงไทย เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางการทำงานของนักแสดง หากมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ย่อมเปิดโอกาสในการทำงานให้กว้างขึ้น เมื่อผลงานประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับแล้ว ย่อมนำมาซึ่งชื่อเสียง รายได้ และภาพลักษณ์ที่ดีตามมา แต่ในขณะเดียวกัน หากผลงานที่น่าเสนอต่อมาซ้ำรูปแบบเดิม ไม่เกิดความแปลกใหม่ดึงดูดความสนใจประชาชน อาจทำให้ชื่อเสียงที่มีอยู่นั้นลดลงไปตามกาลเวลาได้ นักแสดงจึงควรพัฒนาผลงานให้โดดเด่นเพื่อส่งเสริมชื่อเสียงให้มากยิ่งขึ้น การพัฒนานั้นสามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน ทั้งการพัฒนาด้านรูปลักษณ์และบุคลิกภาพภายนอก นอกจากนั้น การสร้างความแตกต่างในบทบาทที่ได้รับก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ได้รับความนิยม เพราะเมื่อทำงานในวงการบันเทิงมาระยะเวลาหนึ่งจนมีผลงานสร้างชื่อ ผ่านช่วงรุ่งโรจน์ของชีวิตการทำงานมาแล้ว อาจเกิดความจำเจในรูปแบบเดิม ๆ กลายเป็นความคืดที่น่าไม่สนใจ ทั้งยังมีนักแสดงหน้าใหม่ที่มีความสดใสแปลกใหม่และมีความสามารถ เข้ามาเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจในการว่าจ้างงาน อาจมีผลทำให้นักแสดงหน้าเก่าถูก

เจ็ลียงงานออกไปได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงบทบาทการแสดงให้ต่างไปจากเดิมนั้น แม้จะไม่สามารถคาดคะเนเสียงตอบรับได้อย่างแน่นอน แต่อย่างน้อยก็ดึงดูดความสนใจประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

การที่นักแสดงคนหนึ่งจะประสบความสำเร็จในอาชีพ ได้รับการสนับสนุนจากมวลชน ส่งผลให้เกิดอำนาจต่อรองในการรับงานเพื่อคงฐานความนิยมในฐานะนักแสดงตัวเอกได้นั้น หากวิเคราะห์แล้วจะพบว่ามีปัจจัยหลายประการด้วยกัน แต่สิ่งสำคัญที่พึงมีคือความเป็นผู้นำที่มีบารมี ซึ่งจะสร้างเสน่ห์ดึงดูดให้ผู้ชมประทับใจ เป็นลักษณะเด่นที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ดี ๆ ที่มีผลต่อความนิยมและการว่าจ้างงานที่ตามมาเป็นอย่างยิ่ง โดยความสำเร็จของผลงานนั้นจะเป็นเครื่องตอกย้ำภาพลักษณ์ของความเป็นนักแสดงที่แตกต่างไม่ซ้ำใคร เมื่อสั่งสมมาเป็นระยะเวลายาวนานจนถึงปัจจุบัน ทำให้นักแสดงมีอำนาจต่อรองในการรับงานไปโดยไม่รู้ตัว อำนาจซึ่งเกิดจากความตั้งใจหรือปล่อยให้เป็นไปเองตามธรรมชาติ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มองว่าอำนาจต่อรองในการรับงานนั้น ไม่ได้เกิดจากตนเองเป็นสำคัญ นักแสดงมีหน้าที่เพียงแค่รับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุดเท่านั้น แต่อำนาจนี้เกิดจากผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้สร้างให้ ทั้งผู้จัดละคร ทีมงานเบื้องหลัง แฟนคลับที่คอยให้การสนับสนุน ฯลฯ เพราะเขาเหล่านั้นเคารพในผลงานที่ผ่านมานักแสดงอย่างไม่มีข้อกังขาใด ๆ อันเกิดจากการคัดเลือกรับบทบาทด้วยวิสัยทัศน์ที่ดีอย่างพิถีพิถัน สื่อสารความสามารถผ่านรูปร่างหน้าตาที่โดดเด่นด้วยความชำนาญอย่างมุ่งมั่น จนเกิดเป็นอำนาจที่สะท้อนความแตกต่างไม่เหมือนใคร อำนาจที่มาจาก



ความศรัทธาที่ผู้เกี่ยวข้องมอบให้โดยมองว่านักแสดงมีความเป็นผู้นำที่มีบารมีที่คู่ควร ไม่ใช่อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่แต่อย่างใด เช่นเดียวกับที่ผู้ให้ข้อมูลบางคนเห็นว่าในเรื่องของอำนาจนั้น ผู้ประกอบอาชีพทุกอาชีพสามารถสร้างอำนาจให้ตนเองได้ ซึ่งเป็นอำนาจที่เกิดจากความสำเร็จของผลงานที่ถ่ายทอดด้วยความชำนาญอย่างตั้งใจ โดยมองว่าผลงานจะเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จของอาชีพในท้ายที่สุดได้

กล่าวโดยสรุปแล้ว ไม่ว่านักแสดงจะมีทักษะเกี่ยวกับการสร้างอำนาจแตกต่างกันออกไปอย่างไร แต่จะเห็นได้ถึงความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองของนักแสดงได้เป็นอย่างดี เป็นการสื่อสารเพื่อต่อรองอำนาจให้ได้รับโอกาสที่ดีในการเข้าครอบครองพื้นที่สาธารณะในวงการบินเทิง ในฐานะนักแสดงที่มีความโดดเด่นและอยู่ในความสนใจเสมอ ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานเพียงใด โดยอำนาจนี้เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งความสามารถส่วนตัว รูปลักษณ์ภายนอก การสนับสนุนของผู้ใหญ่ในวงการบันเทิง การสนับสนุนของประชาชน ฯลฯ เมื่อสื่อสารออกมาด้วยความรักและความตั้งใจผ่านทางผลงานและเรื่องราวชีวิตส่วนตัว ย่อมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในทางบวก ที่มีผลสำคัญต่อการทำงานในวงการบันเทิงไทย ให้คงไว้ซึ่งความเป็นนักแสดงตัวเอกตลอดไป

การอภิปรายผล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สะท้อนให้เห็นในประเด็นดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารทางการเมืองของนักแสดง

นักแสดงที่มีภาพลักษณ์ดี อันเนื่องมาจากความโดดเด่นเรื่องบุคลิกลักษณะภายนอก ความสามารถส่วนตัว วินัยในการทำงาน และชื่อเสียงที่สั่งสมมาในอดีตนั้น ย่อมก่อให้เกิดอำนาจต่อการรบกวน โดยสามารถเข้าครอบครองความคิด โน้มน้าวใจให้ประชาชนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์ยอมรับว่านักแสดงมีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการรับบทบาทตัวเอกในละคร เป็นเครื่องการันตีได้ว่าละครโทรทัศน์ที่มีนักแสดงผู้เป็นนักแสดงนำจะประสบความสำเร็จได้ไม่ยากนัก จะเห็นได้ว่าการใช้อำนาจดังกล่าวปราศจากความรุนแรงหรือการบังคับในเชิงกายภาพ แต่เป็นอำนาจซึ่งเกิดจากความยินยอมพร้อมใจ โดยประชาชนจะไม่สามารถตระหนักได้ว่าตนได้ถูกครอบครองความคิดไปแล้ว ดังทฤษฎีวิวัฒนาการการเมือง (Political Culture Theory) ที่มีรากฐานส่วนหนึ่งมาจากทฤษฎีของแอนโทนีโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) ในเรื่องเกี่ยวกับสามัญสำนึก จิตสำนึกและอุดมการณ์กับการต่อสู้เพื่อรักษาสถาปัตยกรรมของชนชั้น (Anne Showstack Sasson, 1982: 13-14)

สอดคล้องกับในปัจจุบันที่อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่ที่การเมืองดำรงอยู่นั้นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ทางรัฐศาสตร์และเศรษฐศาสตร์การเมืองในระดับมหภาคอีกต่อไป หากแต่อำนาจได้ขยายวงกว้างออกไปสู่พื้นที่ที่ดำรง



อยู่ในชีวิตวัฒนธรรม และชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไปอีกด้วย นั่นก็คือ การเมืองทางวัฒนธรรมหรือการเมืองในระดับจุลภาค (Denton & Woodward, 1990) ในประชาสังคมนั้นจะมีการดำเนินการเพื่อสร้าง สืบ ทอด และรักษาการครองเป็นเจ้า ซึ่งอาศัยวิธีการที่แตกต่างไปจากสังคม การเมือง โดยใช้วิธีการสร้างความยินยอมพร้อมใจให้เกิดขึ้นในหมู่ ประชาชน โดยจะไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการบังคับ แต่เป็นการครองอำนาจในเชิง พื้นที่หรือความคิดในการผลิตทางเศรษฐกิจและการดำรงชีวิต โดยผ่านทาง เครื่องมือหรือกลไกชนิดต่าง ๆ ทำให้ผู้คนในประชาสังคมถูกครองอำนาจ ทางความคิด ความเชื่อและทัศนคติ โลกทัศน์ที่ถูกครอบงำจะกลายไปเป็น วัฒนธรรมร่วมของประชาชน และแทรกซึมไปทั่วทั้งประชาสังคมใน ท้ายที่สุด สอดคล้องกับที่นักแสดงสื่อสารให้เกิดอำนาจโดยอาศัยกลไกต่าง ๆ เพื่อปฏิบัติการ เช่น การใช้สื่อเพื่อโน้มน้าวชักจูงใจ ถ่ายทอดระบบ ความคิดและความเชื่อตามที่นักแสดงต้องการให้เป็น ฯลฯ เพื่อให้ประชาชน เกิดความรู้สึกร่วมในการเห็นพ้อง ยินยอมที่จะปฏิบัติตามที่นักแสดง ต้องการคือการสนับสนุนผลงาน โดยมีความเชื่อที่ว่างานที่เกิดจากการ สื่อสารของนักแสดงตัวเอกที่มีคุณภาพ มีฝีมือการแสดงที่ดี และมีชื่อเสียง อยู่ในกระแสเป็นที่สนใจ ย่อมคู่ควรแก่การชื่นชมและสร้างความ ภาคภูมิใจให้ตนในฐานะผู้ชมได้ ดังเช่นที่ แอรอน เดวิส (Davis, 2013) ได้ ศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของนักแสดงสาว เจนนีเฟอร์ โลเปซ (Jennifer Lopez) สะท้อนให้เห็นถึงการต่อสู้เพื่อแย่งชิงพื้นที่ทางอำนาจใน การมีตัวตนในวงการบันเทิงฮอลลีวูดของนักแสดงเชื้อสายเปอร์โตริโก ที่ได้

ก้าวเข้ามายืนในตำแหน่งนักแสดงตัวเอก เธอต้องต่อสู้อย่างหนักเพื่อสื่อสารเอกลักษณ์ส่วนตัวในความเป็นสาวละตินผิวเข้มที่ไม่มีรูปร่างผอมเพรียวให้โดดเด่นเป็นที่ยอมรับและเกิดเป็นบรรทัดฐานที่ต่างไปจากเดิม เป็นการสื่อสารผ่านสื่อเพื่อโน้มน้าวใจ และเข้าครอบครองความคิดให้ประชาชนเชื่อว่า นักแสดงเชื้อสายละตินก็มีรูปร่างหน้าตาและความสามารถที่คู่ควรแก่การยอมรับและสนับสนุนในผลงานไม่ต่างจากนักแสดงเชื้อสายอเมริกันคนอื่นเช่นกัน เช่นเดียวกับ จีรนันท์ มะโนแจ่ม (2561) นักแสดงสังกัดสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งมีพื้นฐานมาจากครอบครัวที่ไม่ได้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีนัก เธอเลือกที่จะสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ความเป็นจริงนี้ตั้งแต่แรก โดยมุ่งมั่นพัฒนาผลงานอย่างหนักเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ทำให้ประชาชนรับรู้และสัมผัสได้ถึงความจริงใจซึ่งถือเป็นลักษณะเด่นของเธอ จึงพร้อมที่จะสนับสนุนนักแสดงที่มีภาพลักษณ์กตัญญูต่ออนุพการี ให้กลายเป็นนักแสดงแถวหน้าในวงการบันเทิงต่อไป

2. ภาพลักษณ์ของนักแสดง

ภาพลักษณ์ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่มีผลต่อความสำเร็จของอาชีพนักแสดงเป็นอย่างมาก เพราะนักแสดงเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญและมีผลต่อความนิยมของประชาชน เปรียบเสมือนเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในธุรกิจละครโทรทัศน์ จำเป็นต้องสร้างให้ประชาชนรู้จักยอมรับ เชื่อมั่น ศรัทธาและชื่นชอบ เกิดเป็นภาพประทับในสายตาประชาชน ก่อให้เกิดเสียงสนับสนุนที่มีผลต่อการว่าจ้างงาน ทั้งภาพลักษณ์ในด้านการทำงานและเรื่องส่วนตัว โดยภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่มีการ



สร้างสรรค์ได้ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ตั้งอยู่บนสาระความเป็นจริงและมีการพัฒนาอยู่เสมอ เริ่มตั้งแต่การวางแผนกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่จะสร้าง และสำรวจภาพลักษณ์เดิมว่าเป็นอย่างไร ค้นหาจุดเด่นเพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ร่วมกับวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้สนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย สอดคล้องกับ สุรบดินทร์ ภูกลิ่น (2555) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ของณเดชน์ คุภิมิยะ โดยพบว่า ณเดชน์ คือนักแสดงที่เปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมนุษย์ ต้องผ่านการบริหารจัดการภาพลักษณ์เพื่อสร้างมูลค่า โดยมีกระบวนการสร้างสรรค์สองช่วง ช่วงแรกคือการสร้างสรรค์จากสถาบันครอบครัว ช่วงที่สองคือการสร้างสรรค์จากผู้จัดการศิลปินนักแสดง ศุภชัย ศิริวิจิตร เพื่อนำเขาเข้าสู่วงการบันเทิง โดยศุภชัยได้นำลักษณะเด่นที่แตกต่างจากการสร้างสรรค์จากครอบครัวมาประกอบกับการสร้างสรรค์ผ่านรูปแบบของการจัดการทางการตลาดวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายของณเดชน์ ที่แบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ว่าจ้างโดยตรง และกลุ่มเป้าหมายที่สองคือประชาชนผู้สนับสนุนผลงานของเขาผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ

การสร้างภาพลักษณ์นั้นควรให้ความสำคัญตั้งแต่การเปิดตัวในครั้งแรก ซึ่งเป็นภาพที่ชัดเจนและโดดเด่นจากนักแสดงอื่นที่จะประทับอยู่ในใจประชาชนตลอดไป เมื่อนักแสดงมีภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนออย่างต่อเนื่อง

ก็เกิดเป็นภาพคุ้นตายากที่จะเปลี่ยนแปลงได้ หากไม่มีเหตุการณ์รุนแรงใด เข้ามากระทบ ภาพลักษณ์ก็จะยังคงอยู่ นักแสดงที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เมื่อต้องมาแสดงละครในบทบาทตัวร้าย ก็จะเป็นการพิสูจน์ให้เห็นถึงความ เป็นนักแสดงมากฝีมือ แม้ตัวคนที่แท้จริงจะเป็นคนดี แต่ก็สามารถสื่อสาร บทบาทตัวร้ายที่ห่างไกลกับชีวิตจริงออกมา ทำให้ผู้ชมคล้อยตามตัวละคร ได้เป็นอย่างดี ในทางกลับกัน นักแสดงที่เคยทำสิ่งที่ผิดพลาด ก่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีเป็นภาพประทับในสายตาประชาชนนั้น อาจส่งผลต่อการ ทำงานได้ โดยเฉพาะการต้องมารับบทบาทตัวละครที่มีบุคลิกลักษณะเป็น คนดี แม้สถานีโทรทัศน์หรือผู้จัดละครซึ่งเป็นผู้ว่าจ้างจะแยกแยะเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัวได้ แต่หากประชาชนไม่ยอมรับก็จะกระทบต่อความสำเร็จ ของละครได้ สะท้อนให้เห็นว่าภาพลักษณ์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญ ของการถูกว่าจ้างงานแสดง สอดคล้องกับ วนัษพร พงศ์ถาวรภิญโญ (2557) ที่พบว่าละครโทรทัศน์มีผลกระทบต่อสังคมเป็นอย่างยิ่ง การคัดเลือก นักแสดงมาแสดงในละครจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ โดยนักแสดงที่ถูกเลือกมา แสดงจะต้องมีความประพฤติดี มีความสามารถดึงดูดใจผู้ชม และที่สำคัญ ควรมีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อเป็นแบบอย่างของสังคมไทย

หากกล่าวถึงละครโทรทัศน์ไทยจะพบว่า ส่วนใหญ่แล้วมีเค้าโครง เรื่องมาจากนวนิยายที่ตัวละครเอกนอกจากจะต้องเป็นคนดีแล้ว ยังต้องมี รูปร่างหน้าตาที่สวยงาม เพื่อให้ผู้อ่านจินตนาการภาพความสวยงามตาม ได้อย่างมีความสุข รูปร่างหน้าตาจึงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของ นักแสดงไทย ทำให้เมื่ออายุมากขึ้น แม้จะมีฝีมือมากเพียงใด แต่ก็ปฏิเสธ



ความร่วงโรยของรูปร่างหน้าตาไม่ได้ ละครเรื่องใดที่พระเอกนางเอกรับบทบาทโดยนักแสดงที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มักจะได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่สดใสของรูปร่างหน้าตาให้ต้องตกเถียงเป็นประเด็นกันอยู่บ่อยครั้ง โดยเฉพาะหากนักแสดงสมรสแล้ว ก็จะมีลดทอนความน่าสนใจในฐานะนักแสดงตัวเอกมากยิ่งขึ้น ผู้ผลิตย่อมมีความลังเลใจที่จะมอบหมายบทบาทให้กับนักแสดงเป็นแน่ (ธนา สุทธิกมล, 2561) แต่ในทางกลับกัน เชื่อว่าจะเป็นเช่นนี้เสมอไป งานวิจัยของคริสตี้ กอร์ดันและโจแอน การ์ดแฮนเซน (Gorton and Hansen, 2012) สะท้อนให้เห็นว่านักแสดงฮอลลีวูดที่เคยผ่านการแต่งงานมาแล้วอย่างซูซาน ซาแรนดอน (Susan Sarandon) และเฮเลน มิเรน (Helen Mirren) ที่แม้จะมีอายุกว่า 70 ปีแล้ว แต่ยังคงสามารถรับบทบาทตัวเอกที่ตัวละครมีอายุใกล้เคียงกับอายุจริงของเธอ เมื่อผลงานที่นำเสนอออกมาดูสมจริง ย่อมก่อให้เกิดเสียงตอบรับที่ดี ทำให้ผู้ผลิตยังคงมอบหมายบทบาทที่ดีให้นักแสดงเหล่านั้นอยู่เสมอ สะท้อนให้เห็นว่านักแสดงฮอลลีวูดที่แม้จะมีอายุมาก แต่ก็ยังคงมีโอกาสนในการครอบครองพื้นที่ทางอำนาจในการมีตัวตนในฐานะนักแสดงตัวเอกต่อไปได้

ในขณะเดียวกัน หากเกิดกรณีวิกฤตที่กระทบต่อภาพลักษณ์ขึ้น นักแสดงจำเป็นต้องแก้ไขให้กลับคืนสู่สถานการณ์เดิมโดยเร็ว หากปล่อยเวลาให้ผ่านไปอาจเกิดเป็นภาพลักษณ์ในเชิงลบที่อยู่ในความทรงจำประชาชน ยากที่เปลี่ยนแปลงก็ว่าได้ โดยช่วงเวลาที่ต้องเผชิญหน้ากับสื่อมวลชนในภาวะวิกฤตที่มีความเปราะบางนั้น ต้องไตร่ตรองให้ดีด้วยโดย

ให้เหตุผลอยู่เหนืออารมณ์ เพื่อให้สื่อสารออกไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และสิ่งสำคัญคือการสื่อสารด้วยความจริงใจ หากทำสิ่งที่ผิดพลาดไปแล้ว การขอโทษด้วยความสำนึกผิดเป็นสิ่งที่จะทำให้ภาวะวิกฤตนั้นลดความรุนแรงลงได้ สอดคล้องกับที่ วิรัช ลภีรัตนกุล (2549) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตกรณีเจ้าชายแฮร์รีทรงฉลองพระองค์ในชุดเครื่องแบบนาซีที่มีเครื่องหมายสวัสดิกะไปในงานปาร์ตี้ที่ตกเป็นข่าวอื้อฉาว ซึ่งถูกวิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสม ส่งผลต่อภาพลักษณ์เป็นอย่างมาก แม้จะเกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจเพราะไปในงานเลี้ยงส่วนพระองค์ ไม่ใช่งานพิธีการ แต่เมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์ พระองค์ก็ทรงแก้ไขโดยเร็ว โดยได้ออกแถลงการณ์แสดงความเสียใจ ขอโทษต่อสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยความจริงใจ และทวงย้ำว่าจะไม่กระทำเช่นนี้อีกต่อไป ทำให้เสียงวิจารณ์ที่เกิดขึ้นลดลงไปได้ในท้ายที่สุด

3. ภาวะผู้นำของนักแสดง

นักแสดงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของละครโทรทัศน์ โดยเฉพาะนักแสดงตัวเอกที่รับบทบาทเป็นนักแสดงนำของเรื่อง ชื่อเสียงและความสามารถที่มีอิทธิพลดึงดูดความสนใจประชาชนให้ติดตามละคร และโดยเฉพาะให้บริษัทโฆษณาซื้อเวลาสนับสนุน ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ผู้ผลิต หากนักแสดงมีศักยภาพของความเป็นผู้นำที่ดี เคยมีผลงานที่ได้รับการยอมรับด้านความสามารถและความนิยมมาก่อน ย่อมทำให้นักแสดงผู้นั้นมีบารมีและมีเสน่ห์ดึงดูดใจผู้ชม ส่งผลให้ละครมีกระแสเป็นที่พูดถึงในวงกว้าง ซึ่งเป็นเครื่องการันตีความมั่นใจให้



สถานีโทรทัศน์ผู้ผลิตและผู้ชมได้ว่า หากมอบหมายให้นักแสดงตัวเอกผู้นั้น รับบทบาทตัวเอกในละครโทรทัศน์แล้ว บารมีของนักแสดงนี้ย่อมจะนำพา ให้งานเป็นที่นิยมและประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก ดังที่ลูเซียร์และอาชา (Lussier and Achua, 2001: 375) ได้เสนอว่าภาวะผู้นำแบบมีบารมีนั้นมีความน่าเชื่อถือสูง เป็นลักษณะที่มีความพิเศษอยู่ในตัว ซึ่งก่อให้เกิดความมั่นใจในตัวผู้นำ ที่กระตุ้นให้โดดเด่นอยู่เหนือผู้อื่นอยู่เสมอ

การมีทักษะการสื่อสารที่ยอดเยี่ยม (Superb communication skill) ถือเป็นหนึ่งในคุณลักษณะที่ดีของผู้นำแบบมีบารมี ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวไกลในปัจจุบันได้ก่อให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในวงการบันเทิงมากยิ่งขึ้น เป็นเครื่องมือสำคัญที่นักแสดงใช้ต่อรองอำนาจกับสื่อหลักเพื่อไม่ให้เกิดการบิดเบือนข่าวขึ้นได้ ส่งผลให้นักแสดงบางคนที่มีแม้จะมีโลกส่วนตัวสูง ก็ยังคงเห็นความสำคัญ และใช้ช่องทางการสื่อสารนี้ให้เกิดประโยชน์ต่ออาชีพของตน สอดคล้องกับ เดวิท เนเมอร์ (Nemer, 2016) ที่พบว่านักแสดงผู้มีชื่อเสียงได้ใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างทวีตเตอร์ เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลัก อันได้แก่ ประชาชน เพื่อนฝูงคนรู้จัก ครอบครัว และนักแสดงคนอื่น ๆ โดยจะเลือกใช้ถ้อยคำที่แตกต่างกันออกไปสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้มากที่สุด ทั้งการประชาสัมพันธ์ผลงาน การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การแสดงความคิดเห็นส่วนตัวในประเด็นสาธารณะ ฯลฯ สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อสังคมพัฒนาไปตามกาลเวลา นักแสดงก็ย่อมต้องปรับตัวไปตามสถานการณ์ โดยเฉพาะ

ด้านการสื่อสารที่ส่งผลสำคัญต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง ที่จะก่อให้เกิด
อำนาจต่อรองในการทำงานอาชีพนักแสดงได้

เมื่อนักแสดงมีผลงานสร้างชื่อที่ก่อให้เกิดกระแสความนิยมไปทั่ว
ประเทศ ประสบความสำเร็จทางอาชีพ กลายเป็นนักแสดงแถวหน้าที่
ครอบครองพื้นที่ทางอำนาจในการมีตัวตนในฐานะนักแสดงตัวเอกอย่าง
ชัดเจน ย่อมเป็นที่จับตามองของสื่อมวลชน ประชาชนและโดยเฉพาะผู้
ว่าจ้างงาน จึงมักจะมีเกณฑ์การรับงานขึ้นต่อไปที่พิถีพิถันมากยิ่งขึ้น เพื่อให้
ชื่อเสียงที่เคยได้รับคงอยู่ตลอดไป หนึ่งในคุณสมบัติที่ดีของการเป็นผู้นำนั้น
คือ การมีความกล้าที่จะเสี่ยง (High risk orientation) นักแสดงตัวเอกก็
เช่นเดียวกัน เมื่อมีความกล้าที่จะเสี่ยงเปลี่ยนแปลงตัวเองย่อมก่อให้เกิด
ความน่าสนใจ สร้างความโดดเด่นที่ต่างไปจากเดิม จะเห็นได้ว่าการ
ดำรงชีวิตในวงการบันเทิงของนักแสดงตัวเอกระดับพระเอกนางเอกส่วน
ใหญ่นั้น ล้วนแล้วแต่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้วยกันทั้งสิ้น โดยเฉพาะ
ความเสี่ยงที่ได้รับความนิยม และเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่หากทำสำเร็จแล้วจะ
เอื้อประโยชน์ต่อการทำงานในอนาคตเป็นอย่างยิ่ง นั่นก็คือความเสี่ยงใน
การเปลี่ยนแปลงบทบาทการแสดงจากบทดีมาเป็นบทร้าย ถือเป็นโอกาสที่
ดีในการเปิดตัวเข้าหาสังคม สื่อสารเรื่องราวและความสามารถส่วนตัวที่
แปลกตาไป ย่อมดึงดูดความสนใจประชาชนได้ไม่ยาก และหากประสบ
ความสำเร็จก็จะยิ่งตอกย้ำภาพลักษณ์ความเป็นนักแสดงตัวเอกได้มาก
ยิ่งขึ้น



4. การสื่อสารตอกย้ำเรื่องราวของนักแสดง

หากจะกล่าวถึงนักแสดงตัวเอกที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นผู้ทรงอิทธิพลในวงการบันเทิงไทยแล้ว จะเห็นได้ว่านักแสดงเหล่านี้เมื่อมีความเคลื่อนไหวทั้งด้านการงานและชีวิตส่วนตัว ก็จะต้องดึงดูดความสนใจจากประชาชนและสื่อมวลชนได้เสมอ ด้วยความโดดเด่นที่แจ่มชัดออกมาจากนักแสดงคนอื่น โดยกลยุทธ์การสร้างความโดดเด่นนี้จำเป็นต้องสื่อสารโดยการเล่าเรื่องเพื่อตอกย้ำอยู่อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ สหภาพ พอค้าทอง (2555) ที่พบว่า ศิลปินนักแสดงที่ประสบความสำเร็จจนได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นซูเปอร์สตาร์นั้น มักมีภูมิหลังมาจากความชอบ ความเข้าใจในตัวเองและมีความรับผิดชอบการทำงานที่ดี มีลักษณะการสื่อสารเพื่อตอกย้ำเรื่องราวอันประกอบไปด้วยการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ การสร้างสรรค์การรับรู้ต่อชื่อเสียง ความสนิทสนมคุ้นเคยหรือความโดดเด่นของตนเอง การสร้างสรรค์สิ่งที่มีความเกี่ยวพันกับแบรนด์ และการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลสูงใจให้เกิดพฤติกรรมตอบสนอง โดยจะมุ่งให้ความสนใจที่เนื้อหาของสารที่จะทำการสื่อสารออกไป ทั้งในส่วนของบทบาทการแสดงละครโทรทัศน์ โดยจะคัดเลือกบทบาทที่แตกต่าง มีความโดดเด่นเป็นตัวดำเนินเรื่อง เพื่อตอกย้ำความสามารถทางการแสดงให้เป็นที่ประจักษ์ นอกจากนั้นยังรวมถึงการใช้ชีวิตส่วนตัว โดยหนึ่งในนักแสดงที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นซูเปอร์สตาร์อย่างธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ ที่มีการสื่อสารเรื่องราวชีวิตส่วนตัวด้วยภาพถ่ายที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างอินสตาแกรม โดยใช้ชื่อว่า mi_familia_fotos ซึ่งเป็นภาษาสเปน มีความหมายว่า ภาพครอบครัวของผม และขึ้นข้อมูลด้านล่างว่า All photos

taken by film and recaptured with iphone. No color adjustment. (ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์, 2561) ยิ่งเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ในความเป็นผู้ชายอบอุ่นที่รักครอบครัว มีลักษณะเป็นชายชาตรีที่ชื่นชอบความอิสระ มีเสน่ห์แบบไม่ปรุงแต่ง ไม่ต่างจากบทบาทพระเอกในผลงานละครโทรทัศน์ที่ผ่านมาของเขา ทำให้แม้ในช่วงเวลาที่ธีรเดชไม่ได้มีผลงานการแสดง ออกอากาศ แต่ก็สามารถส่งสารที่ตนต้องการให้สื่อมวลชนและแฟนคลับรับรู้ได้ และนั่นก็คือเหตุผลสำคัญที่ทำให้เขายังคงเป็นนักแสดงตัวเอกที่อยู่ ในใจของประชาชนได้จนถึงปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองสัมพันธ์กับอาชีพนักแสดงในทุก ๆ ช่วงชีวิต เป็นการสื่อสารที่เกิดจากการต่อรองและ แอ่งชิงอำนาจในวงการบันเทิง หากใช้กลยุทธ์อย่างเหมาะสม สร้างการตอกย้ำเรื่องราวที่ทำให้สามารถครอบครองพื้นที่ทางอำนาจในฐานะนักแสดงตัวเอกที่มีกระแสความนิยมเป็นที่สนใจตลอดเวลา ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จของอาชีพ แม้จะเป็นที่รับรู้กันว่า อำนาจการต่อรองของนักแสดงในวงการบันเทิงไทยมักแปรผกผันกับอายุทางการแสดง เมื่ออายุมากขึ้น โอกาสในการรับบทบาทตัวเอกกลับลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม ใช่ว่านักแสดงทุกคนจะเป็นไปตามวัฏจักรของวงการบันเทิงไทยเช่นนี้ ยังคงมีนักแสดงบางคนที่ยังอายุมาก ก็ยังมีอำนาจต่อรองในการรับงานมากขึ้นตามไปด้วย หากมีการสื่อสารให้เกิดภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่ยอมรับ และใช้อำนาจเพื่อจัดการภาพลักษณ์ให้ตนเองเป็นผู้ทรงอิทธิพลในวงการบันเทิงในฐานะตัวละครเอกอย่างเหมาะสม ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น



ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาเป็นเครื่องยืนยันว่า การเป็นนักแสดงไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่มีการปั้นแต่งให้เกิดขึ้น (The star is not born, but made) ความเป็นนักแสดงนั้นถือเป็นเหตุการณ์ที่ถูกสร้างขึ้น (pseudo-event) โดยเริ่มตั้งแต่การค้นหาคู่เด่นเพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมาย และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์อย่างเหมาะสม หากมีชื่อเสียงแล้วก็ควรส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์ให้คงทน นอกจากนั้นก็ควรวางแผนป้องกันและเตรียมความพร้อมแก้ไขภาพลักษณ์ในกรณีวิกฤตการณ์อยู่เสมอ เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบจะได้แก้ไขได้ทันทั้งที่ และเนื่องจากงานในวงการบันเทิงไทยมีความยืดหยุ่น นักแสดงจึงควรฝึกทักษะพิเศษเพื่อให้ตนมีทางเลือกในการทำงานที่หลากหลาย สื่อสารความสามารถที่มีให้เป็นที่ประจักษ์ เพื่อครอบครองพื้นที่ทางอำนาจในการมีตัวตนออกไปให้กว้างไกลมากยิ่งขึ้น

2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของนักแสดงเป็นอย่างยิ่ง ได้แก่ ครอบครัวหรือคนใกล้ชิดที่รู้จักตัวตนที่แท้จริงของนักแสดง ต้นสังกัดที่เป็นผู้พิจารณาคัดเลือกงานที่ตรงกับความสามารถ ผู้ร่วมงานและบุคลากรในวงการบันเทิงที่คอยให้คำแนะนำ ทีมงานผู้อยู่เบื้องหลังที่ร่วมแรงร่วมใจกันกับนักแสดงในการสื่อสารผลงานที่ดีออกมาให้ประชาชนได้รับรู้ รวมถึงแฟนคลับที่คอยส่งเสริมและสนับสนุนผลงานให้ประสบความสำเร็จ สุดท้ายคือสื่อมวลชน ที่มีหน้าที่ในการแสวงหาข่าวสาร และนำเสนอข้อมูลของนักแสดงซึ่งเป็นบุคคลสาธารณะ เผยแพร่เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่

สาธารณชน จากที่กล่าวมานี้สะท้อนให้เห็นว่า นอกจากการพัฒนาศักยภาพที่มีให้ดีขึ้นแล้ว นักแสดงควรมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลเหล่านี้ เพื่อสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นมากที่สุด

3. คุณสมบัติที่นักแสดงตัวเอกทุกคนพึงมีคือภาวะผู้นำแบบมีบารมี ถือเป็นจุดแข็งที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ว่าจ้างและประชาชนผู้ชมได้เป็นอย่างดี บารมีอันประกอบไปด้วยความมีวิสัยทัศน์ที่ดี แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการทำงาน พร้อมจะสร้างผลงานที่ทำทนายใหม่ ๆ ให้ผู้ชมได้ตื่นตาตื่นใจ มีความเชื่อมั่นในตนเองและมีจริยธรรม เป็นตัวอย่างที่ดีให้สังคม นำเสนอผ่านทักษะการสื่อสารที่ยอดเยี่ยม ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้ ที่สำคัญ ต้องมีความกล้าที่จะเสี่ยงในการสื่อสารผลงานที่แตกต่างไปจากเดิม โดยไม่ยึดติดกับความสำเร็จครั้งก่อน

4. นักแสดงควรเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทาง ผสมผสานกัน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะสื่อใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยม เพราะมีความรวดเร็ว ก่อให้เกิดเป็นกระแสดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างมาก โดยเห็นควรศึกษาการใช้งานให้เกิดความชำนาญ ที่สำคัญ ต้องสื่อสารด้วยเหตุผลอย่างรอบคอบ ไม่ใช่อารมณ์เป็นที่ตั้ง ไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนก่อนที่จะเผยแพร่ทุกครั้ง เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้

5. ท้ายที่สุดแล้ว องค์ประกอบสำคัญในการประกอบอาชีพนักแสดงนั้นคือการมีจิตใจที่ดี มีความเข้มแข็ง ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่เข้ามา เมื่อเจอปัญหาระหว่างการทำงานก็พร้อมที่จะฝ่าฟันไปได้ โดยผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาตนเอง ที่นอกเหนือจากการ



พัฒนาด้านรูปลักษณะภายนอกแล้ว การพัฒนาด้านจิตใจให้สูงขึ้นก็เป็นสิ่งที่จำเป็นควบคู่กันไป ทั้งในแง่ศีลธรรม จริยธรรม และทัศนคติในการเป็นคนดีของสังคม เพราะนักแสดงคือบุคคลสาธารณะที่หากประพฤติดี รับผิดชอบหน้าที่การงานก็จะเป็นตัวอย่างที่ดีให้ผู้ชื่นชอบนำไปปฏิบัติตาม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมได้

บรรณานุกรม

- โพสท์ทูเดย์. (2561). “นาตี” ก็ต้องหลบ!! “บุฟเฟสันนิवास” ขึ้นอันดับ 1 ละครเรตติ้งสูงสุดในยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/ent/news/546074>
- จิรนนท์ มะโนแจ่ม. นักแสดงอิสระ. (13 ตุลาคม 2561). สัมภาษณ์.
- ณัฐภูมิ สะกิดใจ. นักแสดงสังกัดสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (22 ตุลาคม 2561). สัมภาษณ์.
- ธนา สุทธิกมล. นักแสดงอิสระ. (5 ตุลาคม 2561). สัมภาษณ์.
- ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์. นักแสดงอิสระ. (14 พฤศจิกายน 2561). สัมภาษณ์.
- วนัชพร พงศ์ถาวรญาณิโย. (2557). การคัดเลือกนักแสดง: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างโฆษณาและละครโทรทัศน์. (สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, กลุ่มวิชาวิทยุและโทรทัศน์.
- วิรัช ลภิตนกุล. (2549). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และการบริหารภาวะวิกฤต. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (2561). ดาราช่อง 3. สืบค้นจาก <http://www.ch3thailand.com/>
- ดาราช่อง3
- สถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7. (2561). ดาราช่อง 7 สี. สืบค้นจาก <https://stars.ch7.com/actor.html>
- สหภาพ พ่อค้าทอง. (2555). การสร้างแบรนด์บุคคลของศิลปินดาราไทยสู่ความเป็นซูเปอร์สตาร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สุรบดินทร์ ภูักลั่น. (2555). การบริหารจัดการศิลปินเพื่อสร้างมูลค่า กรณีศึกษา ณเดชน์ คูกิมิยะ. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

- องอาจ สิงห์ลำพอง. (2560). การบริหารจัดการรายการโทรทัศน์ยุคไทยแลนด์ 4.0. **วารสารนิเทศธุรกิจบัณฑิตย์**, 11 (2), 209-246.
- ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2556). **ปิดฉากประมวลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง มูลค่ารวมสูง 50,862 ล้านบาท**. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/cyberbiz/Viewnews.aspx?NewsID=9560000159130>
- Boorstin, D. J. (1962). *The Image: A Guide to Pseudo-event in America*. New York: Harper & Row.
- Davis, A. (2013). *Promotional Cultures: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding*. New York: Polity press.
- Denton, R. E. Jr., & Woodward, G.C. (1990). *Political communication in America*. New York: Praeger.
- Gorton, K., & Garde-Hansen, J. (2012). *From old media whore to new media roll: the online negotiation of Madonna's ageing body*. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14680777.2012.678370>.
- Lussier, R. N., & Achua, C.F.. (2001). *Leadership Theory Application Skill Development*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Nemer, D. (2016). *Celebrities Acting up: A Speech Act Analysis in Tweets of Famous People*. Retrieved from <https://www.scirp.org/journal/PaperInformation.aspx?PaperID=62114>.
- Sassoon, A. S. (1982). *Approaches to Gramsci*. Writers & Readers Ltd.