

## บุพเพสันนิวาส: ความรู้สึกเกี่ยวกับการตามรอยของผู้ชมละครไทย

Love Destiny: Emotional Engagement and Travel Motivation of Thai TV Series Viewers

ภัทรภร เสนไกรกุล<sup>1\*</sup> และ จิรายุทธ สินธุพันธ์<sup>2</sup>

Bhattaraporn Senkraigul<sup>1\*</sup> and Jirayudh Sinthuphan<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

บุพเพสันนิวาส เป็นละครโทรทัศน์เรื่องแรกที่มีเรตติ้งการรับชมเฉลี่ยสูงสุดเป็นประวัติการณ์หลังจากที่ประเทศไทยเปลี่ยนผ่านระบบออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล จึงเกิดปรากฏการณ์ที่เผยให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างละครกับผู้ชมในหลากหลายมิติ ซึ่งการศึกษานี้ต้องการทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการติดตามละครเรื่องบุพเพสันนิวาส จนนำไปสู่ปรากฏการณ์ตามรอยละคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ติดตามละครเป็นประจำ 4 คน สัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวยังสถานที่ถ่ายทำละครและสัมภาษณ์กลุ่มแฟนคลับศิลปินที่เป็นนักแสดงนำร่วมกับการสังเกตรวมทั้งสิ้น 10 กลุ่ม ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันกับละครเรื่องบุพเพสันนิวาสอย่างยิ่ง จึงส่งผลต่อการรอคอยติดตามละครขณะออกอากาศสด และสร้างโอกาสให้สิ่งที่ปรากฏอยู่ในละครเป็นที่นิยมตามไปด้วย เช่น อาหาร คำพูด การแต่งกายชุดไทย ความต้องการท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ถ่ายทำ หรือความนิยมในตัวนักแสดง

### ABSTRACT

Love Destiny is the first drama TV series on the Thai digital terrestrial television with the highest average impression rating record after having transformed from the analog terrestrial television. It has caused phenomenon that reveals the relationship between drama TV series and viewership in diverse dimensions. This study aims to explore the factors that affected the viewership of the show, which led to increasing number of visitors to real locations of the scenes from the show. A deep interview with 4 of the TV series endured fans was conducted. Information was interpreted from observations and narratives of 10 other group interviews with scene location visitors and leading actors' fan clubs. The result showed the samples were highly bound to the show, causing them to anticipate the show during each episode's first live along with increases in popularity of the elements shown in series' scenes. These elements included food, dialogues, Thai traditional dresses, travel destinations and actors.

Key words: Drama Thai TV series, Emotional engagement, Travel motivation, Love destiny

\*Corresponding author; e-mail address: [bhattaraporn.s@msu.ac.th](mailto:bhattaraporn.s@msu.ac.th)

<sup>1</sup>ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม 44150

<sup>1</sup>Department of Communication Arts, Faculty of Informatics, Mahasarakham University, Mahasarakham 44150

<sup>2</sup>ภาควิชาวาทยวิทยา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ 10330

<sup>2</sup>Department of Speech Communication and Performing Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok 10330

## คำนำ

ละครหรือภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยม มักทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเรื่องราวได้รับความสนใจจากผู้ชมตามไปด้วย ดังเช่นปรากฏการณ์ Hallyu หรือคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Korean wave) ที่เริ่มก่อตัวตั้งแต่ปลายยุค 90 และได้เผยแพร่เพลง ละคร ภาพยนตร์ เกม นิยาย หรือการ์ตูน จนเป็นที่นิยมในหลายประเทศทั่วโลก (Positioning Magazine Online, 2006) รวมทั้งประเทศไทย ส่งผลให้องค์ประกอบต่าง ๆ ในเนื้อหาเหล่านั้นอยู่ในความชื่นชอบของผู้ชมเป็นอย่างมากเช่นกัน อาทิ ความสนุก สาระแง่คิดและความบันเทิงของเนื้อเรื่องความสามารถของนักแสดง ตลอดจนอุปกรณ์ประกอบฉากและสถานที่ถ่ายทำ นอกจากนี้เพราะความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและเกาหลีทำให้คนไทยเข้าใจเนื้อหาของละครเกาหลีได้ง่ายขึ้น จนเป็นเงื่อนไขที่ทำให้ผู้ชมชาวไทยรู้สึกร่วมและเข้าใจศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิตและสถานที่ต่าง ๆ ของเกาหลีมากยิ่งขึ้น และทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในขณะนั้นคือการท่องเที่ยวตามรอยละครนั่นเอง (อลิสรา วิทวัสกุล, 2549)

ส่วนภาพยนตร์และละครที่ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวตามรอยในไทย พบว่า ภาพยนตร์จีนแนวลึกลับเรื่อง Lost in Thailand ซึ่งใช้ฉากถ่ายทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต ที่หลังจากเข้าฉายในจีน เดือนธันวาคม ค.ศ.2012 ปรากฏว่ามีผู้เข้าชมในสัปดาห์แรกสูงกว่า 14 ล้านคน และสร้างรายได้รวมสูงถึง 2.5 ล้านล้านบาท จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองไทยตามรอยภาพยนตร์ทั้งในรูปแบบคณะทัวร์และส่วนตัว (MThai News, 2012) หรือแม้แต่อิทธิพลของละครไทยเรื่องนางสีห์ออกอภินิหารทางช่อง 3 ส่งผลให้มีผู้ชมละครไปท่องเที่ยวยังคำชะโนด อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี ในช่วงเวลานั้นเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าตัว เฉลี่ยวันละเกือบ 1 แสนคน และช่วยการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนในพื้นที่ได้ด้วย (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2560) ส่วนกระแสของละครเรื่องล่าสุดคือเรื่องบุพเพสันนิวาสที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยวัดจากค่าเฉลี่ยเรตติ้งที่สูงที่สุดกว่าละครทุกเรื่องในประเทศไทยที่ออกอากาศในช่วงเดียวกัน และสูงที่สุดหลังจากที่ประเทศไทยเปลี่ยนผ่านระบบออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล ได้ทำให้เกิดปรากฏการณ์ผู้คนแต่งกายชุดไทยเยี่ยมชมโบราณสถานที่ใช้ในการถ่ายทำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน โดยก่อนละครออกอากาศ มีนักท่องเที่ยวเพียง 1,000 คน แต่หลังออกอากาศมีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มถึงวันละ 6,000 คน (ไทยรัฐออนไลน์, 2018)

การศึกษานี้จึงต้องการหาคำตอบถึงเงื่อนไขที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมกับละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบดิจิทัล ซึ่งมีการแข่งขันกันสูงถึง 24 ช่องสถานี และผู้ชมในปัจจุบันยังมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ แต่ละละครเรื่องบุพเพสันนิวาสกลับส่งผลต่ออารมณ์ของผู้ชมในวงกว้าง จนนำไปสู่การตัดสินใจทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามอย่างละคร หรือแม้แต่ไปเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำละคร

## อุปกรณ์และวิธีการ

วัตถุประสงค์ในการศึกษานี้มี 2 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่ส่งผลให้ผู้ชมต้องการมีส่วนร่วมในละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาส และ (2) เพื่อศึกษาความรู้สึกร่วมต่อละครที่ทำให้การเกิดปรากฏการณ์ตามรอยละคร ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก 4 ท่าน ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นวิทยานิพนธ์ที่มีความเป็นคนรุ่นใหม่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ติดตามละครเรื่องบุพเพสันนิวาสอย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมกับละครอย่างชัดเจน เช่น

การโพสต์เนื้อหาเพื่อขยายต่อเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์จากละคร การหาซื้อหนังสือนิยายมาอ่าน การเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ถ่ายทำ และการสวมใส่ชุดไทยในชีวิตประจำวัน

นอกจากนี้ยังทำการสัมภาษณ์กลุ่มด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งปรากฏเป็นฉากในละคร และได้รับความร่วมมือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ชมละครที่ส่วนใหญ่แต่งกายด้วยชุดไทย จำนวน 7 กลุ่ม ทั้งกลุ่มเพื่อนวัยต่าง ๆ กลุ่มคู่รัก และกลุ่มครอบครัว จากนั้นได้ไปงานเปิดตัวสินค้าที่นายธนวรรธน์ วรรณะภูติ พระเอกของเรื่องเป็นพิธีกรที่ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอนและได้รับความร่วมมือจากแฟนคลับจำนวน 3 กลุ่ม ทั้งกลุ่มที่เป็นแฟนคลับแล้วติดตามละคร และกลุ่มที่ติดตามละครแล้วจึงผันตัวมาเป็นแฟนคลับ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ.2561 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ละครออกอากาศใกล้ตอนจบ

ทั้งนี้เพื่อต้องการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงความสัมพันธ์กับละครโทรทัศน์ใน 4 มิติ ตามกรอบแนวคิดของ Kim & Long (2012) และพฤติกรรมการตามรอยละครตามปัจจัยแรงดึงดูด-ผลัก ตามกรอบแนวคิดของ Klenosky (2002) และ Macionis (2007) ดังนี้

#### 1. ความสัมพันธ์ของผู้ชมกับละครโทรทัศน์

Kim and Long (2012) กล่าวถึงจุดเด่นที่เป็นธรรมชาติของละครโทรทัศน์ไว้ว่า เรื่องราวของละครโทรทัศน์มักมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่สะท้อนคุณค่าในสังคมที่ต้องการสื่อสารกับมวลชนกลุ่มใหญ่ โดยละครโทรทัศน์จะใช้ช่วงเวลาออกอากาศที่ยาวนาน ทำให้ผู้ชมเกิดความผูกพันกับเนื้อเรื่อง ตัวละครหรือสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในละคร จนพัฒนาไปสู่ความประทับใจ ซึ่งเงื่อนไขที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์นี้ มีอยู่ 4 มิติ ได้แก่

- *ความต่อเนื่องของละคร (Serialization)* คือการที่ละครมีเรื่องราวต่อเนื่องกัน โดยในแต่ละตอนคงสาระสำคัญเดียว พร้อมทั้งออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม จูงใจและเล่นกับความรูสึกของคนดูได้ถูกเวลา และในตอนท้ายของแต่ละตอนต้องมีตัวอย่างหรือสิ่งที่จะมากระตุ้นให้เกิดความรู้สึกรอคอยตอนต่อไปอย่างใจจดใจจ่อ ส่งผลให้ผู้ชมติดตามและเห็นพัฒนาการของตัวละครอย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นให้ผู้ชมจินตนาการคาดเดาเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในตอนต่อไป

- *ระดับการเปิดรับและการมีอารมณ์ร่วมของผู้ชม (Level of exposure and audience emotional engagement)* หลังจากรับชมละครแล้วสิ่งที่ตามมาคือความใกล้ชิด (Intimacy) และความต่อเนื่อง (Continuity) มีความรู้สึกร่วมกับละครอย่างลึกซึ้ง ใส่ใจและรู้สึกตัวละครมีตัวตน ผู้ชมจะพัฒนาความรู้สึกร่วมที่มีต่อละครเป็นระยะเวลานาน โดยอาจก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันซับซ้อนต่อกันจนบางครั้งเกิดปรากฏการณ์ปฏิสัมพันธ์กึ่งความจริง (Parasocial) เกิดความรู้สึกภักดี สนใจรูปแบบของละคร ตลอดจนบทสนทนาของตัวละครที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้ชม และผู้ชมคนใดที่มีปฏิสัมพันธ์กึ่งความจริงสูงก็จะมีความรู้สึกร่วมไปกับตัวละครและส่งผลไปสู่การสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในละครเรื่องนั้น

- *การเล่าเรื่องผู้คนและเรื่องในชีวิตประจำวันของสังคมที่อาศัยอยู่ (Personality and domestic everyday life narrative)* สิ่งโดดเด่นในละครโทรทัศน์ คือการเล่าเรื่องส่วนตัว เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคมที่อาศัยอยู่ และบุคลิกของตัวละครที่เป็นแกนเรื่อง ซึ่งแกนหลักของเรื่องที่เป็นที่นิยมทั่วไปคือ ความรัก ความอิจฉาริษยา ความเกลียดชัง ความทะเยอทะยานและความต้องการชื่อเสียงเงินทอง แม้มีนักวิจารณ์บางคนแย้งว่าละครโทรทัศน์ไม่ใช่ความจริง เป็นเพียงเรื่องที่แต่งขึ้นตามจินตนาการ ที่ถึงจะอิงเหตุการณ์หรือบุคคลที่เป็นที่รู้จัก

หรือเป็นเหตุการณ์สำคัญก็ไม่ใช่ความจริงที่เกิดขึ้น แต่ในความรู้สึกของผู้ชมการเล่าเรื่องเช่นนี้ก็เพียงพอที่จะดึงดูดให้ผู้ชมเชื่อว่าเป็นตัวแทนที่สะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ และยิ่งสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นในละครสอดคล้องกับสถานการณ์จริงในสังคมก็ยิ่งช่วยดึงดูดให้ผู้ชมเลือกที่จะดูละครเรื่องนี้ เพราะไม่เพียงสร้างความคาดหวังให้ผู้ชมได้เปิดรับละครที่กินใจส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก แต่ยังให้แง่คิดต่อประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น อาหาร แฟชั่น กิจกรรมยามว่าง การเข้าสู่สังคม หรือแม้แต่ภาษาต่างประเทศที่เป็นตัวแทนของคนชาติอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับสังคมนั้น ๆ ด้วย

- รูปแบบการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล วัฒนธรรม หรือผ่านข้อความ (platform for interpersonal, intercultural and inter-textual discussion) เมื่อมีการรับชมละครอย่างต่อเนื่อง หลังจากละครจบตอนในวันหนึ่งจะมีช่วงเวลาที่เป็นช่องว่างระหว่างรอการออกอากาศในอีกวันต่อไป หรือสัปดาห์ถัดไป ซึ่งระหว่างนี้เองที่บุคคลจะนำเรื่องที่ตนคาดเดาไปพูดคุยกันในชีวิตประจำวัน รวมทั้งเพื่อพูดคุยถึงประสบการณ์การรับชมและการตีความของตนเอง โดยผู้ชมที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมคล้ายกับผู้ผลิตจะมีแนวโน้มการตีความแบบเดียวกับผู้ผลิต แต่ถ้าหากต่างพื้นฐานทางวัฒนธรรมก็จะตีความแตกต่างออกไป โดยรูปแบบการพูดคุยนอกจากจะเป็นลักษณะการเผชิญหน้าโดยตรงแล้ว ยังสามารถแลกเปลี่ยนผ่านสื่ออื่น ๆ อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

## 2. พฤติกรรมการตามรอยละครตามปัจจัยแรงดึง-ผลัก

แนวโน้มที่ผู้ชมเกิดพฤติกรรมการตามรายนั้น เกิดจากแรงจูงใจ 2 ลักษณะคือ แรงผลัก (push) และแรงดึง (pull) โดยแรงผลักคือแรงกระตุ้นภายในที่ส่งผลให้ผู้ชมละครตัดสินใจทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นเหตุมาจากละคร ซึ่งเกิดจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เช่น ต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากโลกความเป็นจริง ต้องการพักผ่อน ต้องการผจญภัย เป็นต้น ส่วนแรงดึงเป็นแรงกระตุ้นภายนอกที่ทำให้ผู้ชมละครตัดสินใจว่าจะเดินทางไปเที่ยวตามรอย อาทิ องค์ประกอบของสถานที่ใดที่หนึ่ง (Klenosky, 2002) ทั้งนี้จากการศึกษาปัจจัยแรงผลักและแรงดึงในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ พบว่าแรงผลักคือการรักษาสถานะ ชอบความแปลกใหม่ ต้องการมีตัวตนในสังคม ชอบโลกจินตนาการหรือต้องการหลีกเลี่ยงหนีความจริง ต้องการประสบการณ์ทดแทน และค้นหาตัวตน ส่วนแรงดึงคือสถานที่ถ่ายทำ บุคลิกของนักแสดง และการแสดง (Macionis, 2007)

## ผลและวิจารณ์ผล

### 1. ความสัมพันธ์ของผู้ชมกับละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาส

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ปรากฏการณ์ที่พบร่วมกันคือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ติดตามดูละครขณะออกอากาศสดมานานมาก บางคนกล่าวว่าไม่ได้ดูนานกว่า 8 ปี ซึ่งนับเป็นช่วงระยะเวลาที่มีสื่อทางเลือกมากขึ้น จนมาถึงช่วงที่เปลี่ยนผ่านระบบการออกอากาศจากโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกสู่ดิจิทัล ดังคำกล่าวของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า

“จากที่ไม่ได้ดูละครหรือแทบไม่ดูเลย และไม่ได้ติดตามดูตามดูทุกตอน แต่เรื่องนี้ไม่ได้ต้องดูทุกตอน”

“ไม่เคยพลาดซักตอนเดียว ตั้งแต่วันแรกเลย บางครั้งดูผ่านสมาธิโฟนเพราะทำงานอยู่ แต่ไม่อยากพลาดจึงดูออนไลน์ #ทีมดูสด”

ซึ่ง Chang (2016) กล่าวว่ายิ่งมีการรับชมบ่อยครั้งมากเท่าไรความรู้สึกผูกพันต่อละครเรื่องนั้นก็ยิ่งหยั่งรากลึกกลงไปในใจของผู้ชมมากขึ้นเท่านั้น อย่างไรก็ตามการที่ผู้ชมแต่ละคนจะมีความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ และทัศนคติ

ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับละครในระดับที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ทั้งนี้จากกรอบแนวคิดของ Kim and Long (2012) พบว่าเงื่อนไขที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการติดตามละคร สามารถอธิบายได้ 4 มิติดังต่อไปนี้

### 1.1 ความต่อเนื่องของละคร (Serialization)

ละครเรื่องนี้เป็นละครที่ตัวบทมีพัฒนาการ ทำให้เห็นการเติบโตของความคิดและการแสดงออกของตัวละครในแต่ละตอนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ความสนุกและแปลกใหม่ของเนื้อหาก็ทำชวนให้ติดตามละครเรื่องนี้ ตั้งแต่ครั้งแรกที่รับชม แม้บางคนไม่ได้ชมตั้งแต่ตอนแรก แต่เมื่อเห็นกระแสแล้วไปดูละครย้อนหลังทำให้เกิดความชื่นชอบจนต้องติดตามต่อ ดังคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า

“วันนั้นเล่นทวิตเตอร์แล้วเจอหน้าเบลล่าทำหน้าเป็นก๊าก สุวัจน์ ก็สงสัยว่าละครที่เรียดทำหน้าแบบนี้ได้ด้วยเหรอ เลยไปเปิดดูย้อนหลัง หลังจากนั้นก็ติดตามละครเรื่องนี้แล้วรอเวลาดูสดหมดเลย”

“มีอรรถรสครบถ้วนครบทุกอย่าง ทำให้ชอบละครเรื่องนี้มาก เขาทำดี ผู้กำกับเก่ง คนเขียนบทก็เก่งมาก”

ด้วยเหตุนี้กลุ่มตัวอย่างแทบทั้งหมดจึงมีรูปแบบการติดตามดูละครอย่างต่อเนื่องทุกตอน และรอชมขณิกออกอากาศสด ทำให้รับรู้ความเป็นไปของตัวละครและเรื่องราวแบบไม่ขาดตอน อีกทั้งมีการใช้เวลาร่วมกับละครมากจนเกิดความคุ้นเคยและสามารถเล่าถึงตัวละคร เนื้อหาหรือฉากที่ตนเองประทับใจได้อย่างคล่องแคล่ว อีกทั้งยังรอคอยตอนต่อไปอย่างใจจดใจจ่อ ดังคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า

“ใน 7 วันก็มีสองวันที่เรารอคอย คือวันพุธ-พฤหัสบดี เพราะเป็นวันที่ละครฉาย ไม่เคยตามละครเรื่องไหนเท่าเรื่องนี้เลย”

### 1.2 ระดับการเปิดรับและการมีอารมณ์ร่วมของผู้ชม (Level of exposure and audience emotional engagement)

จากที่กลุ่มตัวอย่างติดตามดูละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาสทุกตอนอย่างต่อเนื่อง (Continuity) ส่งผลให้เกิดความใกล้ชิด (Intimacy) จนมีความรู้สึกร่วมกับเนื้อหา ตัวละคร บทสนทนา ภาษาท่าทาง ฉากและรายละเอียดต่าง ๆ ที่ตนเองชื่นชอบแตกต่างกันออกไป โดยส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นว่าบทละครเรื่องนี้ประพันธ์ได้ดีมาก คัดเลือนักแสดงได้เหมาะสมและกระจายบทได้ลงตัว ทำให้ไม่จำเป็นต้องรอดูแค่ฉากที่พระนางปรากฏตัว แต่ชวนติดตามทั้งฉากป่าไพร่ พ่อแม่ หรือตัวละครอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีฉากที่เราอารมณ์ร่วมรู้สึกไปกับเหตุการณ์ในละคร ดังคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า

“รู้สึกเศร้าที่ตัวละครที่ชื่นชอบอย่างโกษาปานเสียชีวิต เพราะในละครเขาถ่ายทอดว่าคนนี้ดีอย่างไรออกมาให้เราเห็น แม้เราจะไม่รู้ว่าการณ์จริง ๆ ในประวัติศาสตร์เป็นอย่างไร แต่ละครถ่ายทอดให้เขาเป็นคนดี คนเก่ง”

นอกจากนี้ยังสามารถสรุปสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีอารมณ์ร่วมกับละครเรื่องนี้ ได้เพิ่มเติมว่า

- ตัวละครสื่อสารด้วยอวัจนภาษาได้อย่างลึกซึ้ง เช่น สายตาของพระเอกที่สื่อสารออกมาแทนคำพูด
- มีความแปลกใหม่ฉีกกฎเดิม ๆ เช่น ละครหลายเรื่องที่มีการย้อนเวลาหาอดีต มักจะเป็นตัวของตัวเองที่หลุดเข้าไป แต่เรื่องนี้วิญญูณนางเอกกลับไปอยู่ในร่างคนอื่นและไม่ใช่คนดี มีความร้ายกาจ สามารถสังหารคนได้
- คาดเดาไม่ได้ เช่น การสื่อสารการเกิดคนละชาติภพของพระเอกไม่จำเป็นต้องหน้าตาเหมือนเดิม ทำให้คนดูรู้สึกคาดไม่ถึง เพราะละครที่ผ่านมาต่างเสนอว่าการเกิดภพชาติใหม่มักจะมีหน้าตาเหมือนในอดีตชาติ

- ตอบสนองสิ่งที่ถวิลหา เช่น ทำให้เรื่องประวัติศาสตร์ที่เคยรู้สึกน่าเบื่อในชั้นเรียนชวนให้อยากติดตามหรือการเล่าถึงสถาบันกษัตริย์ที่ทุ่มเถียงกัน ซึ่งเหมือนเรื่องต้องห้ามในการนำเสนอ แต่ละครนำมาเปิดเผย

- ใส่ใจรายละเอียดในองค์ประกอบของละคร อาทิ ฉาก เครื่องแต่งกาย เทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟิก

สาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้เป็นที่มาให้ผู้ชมแต่ละคนไม่เพียงมีอารมณ์ร่วมหรือมีความผูกพันกับละคร แต่บางคนยังมีปฏิสัมพันธ์ถึงความจริง (Parasocial) คือ เลียนแบบทั้งคำพูด หรือสีหน้าท่าทาง ตลอดจนแต่งกายชุดไทยในชีวิตประจำวัน ซึ่งละครช่วยสร้างความหมายและเปิดพื้นที่ให้ผู้ชมสามารถแสดงตัวตนตามอย่างละครได้

### 1.3 การเล่าเรื่องผู้คนและเรื่องในชีวิตประจำวันของสังคมที่อาศัยอยู่ (Personality and domestic everyday life narrative)

กลุ่มตัวอย่างต่างแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ชอบที่ตัวละครมีลักษณะนิสัยของความเป็นคนที่เชื่อมโยงกับคนปกติ คือมีทั้งดีและเลวอยู่ในตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้เห็นในละครไทยเรื่องใดบ่อยนัก เพราะปกติมักจะเห็นตัวละครที่มีเพียงมิติเดียวคือไม่เป็นคนดีก็เป็นตัวร้ายไปเลย ดังคำกล่าวของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า

“ละครเรื่องนี้ดีตรงที่เขาไม่ตัดสินว่าใครผิดใครถูก จะสังเกตว่าคำพูดบางคำพูดก็เป็นปลายเปิดไว้ ให้คนดูตัดสินเอาเองว่าคนนี้ดีหรือไม่ดี อย่างตอนเรื่องรับเงินรับส่วยทั้งหลายของโกษาเหล็ก บทไม่ได้บอกอะไร แต่ให้คนดูตัดสินเอง ว่าในมาตรฐานของเราคิดว่าเขาเป็นคนเลวหรือดี นั่นคือธรรมชาติของมนุษย์ที่มีทั้งดีและเลว ทำให้ชอบละครเรื่องนี้ ตัวละครมันไม่แบน ฟอลคอนที่ดูเป็นตัวร้ายในเรื่องก็ร้องไห้เสียใจตอนที่โกษาเหล็กตาย”

ทั้งนี้ จากบทละครได้สะท้อนสิ่งที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อมโยงเหตุการณ์ต่าง ๆ ของตนเองกับละครได้อีกดังนี้

- ชื่นชมในตัวพระเอก เพราะรักเดียวใจเดียวมีนางเอกเป็นเมียเพียงคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมผัวเดียวเมียเดียวในปัจจุบัน ผิดแผกจากชายในยุคสมัยอยุธยาที่นิยมมีเมียมาก ทั้งเมียเอก และเมียบำวในเรือน

- การเนรมิตให้บุคคลในประวัติศาสตร์ที่เป็นที่รู้จักหรือคุ้นเคยในตำราเรียนหรือตำนานเล่าขานที่อยู่ในความทรงจำของตน และโบราณสถานที่เหลือเพียงซากปรักหักพังอันคุ้นตา ได้ฟื้นปรากฏขึ้นมาชีวิตชีวาในละคร

- การที่นางเอกนำกิจกรรมต่าง ๆ ในยุคปัจจุบัน ไปกระทำในยุคกรุงศรีอยุธยา เช่น การแสวงหาเตาหมุกระเพาะ การทำมะม่วงน้ำปลาหวาน การใช้คำพูดของคนทั่วไปในปัจจุบันเพื่อสื่อสาร หรือกิริยาท่าทางทั่วไป แต่คนในอดีตไม่เคยเห็น จึงทำให้ผู้ชมติดตามลุ้น เหมือนแทนตัวเองเป็นนางเอกที่หลงยุคว่าจะรับมืออย่างไร

### 1.4 เวทีการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล วัฒนธรรม หรือผ่านข้อความ (platform for interpersonal, intercultural and inter-textual discussion)

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการแลกเปลี่ยนจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะดังนี้

- การสื่อสารระหว่างบุคคล นอกจากจะพูดคุยกันแบบเผชิญหน้าทั้งขณะดูละครหรือหลังละครจบ แต่ยังรวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการพูดคุยโต้ตอบกับเพื่อนที่อาศัยอยู่คนละที่ระหว่างชมละครไปพร้อมกัน

“ดูสุดมันฟิน เพราะเหมือนเชียร์มวย คุณคนเดียวไม่สนุก ได้แชทได้กรี๊ดไปกับเพื่อนด้วยมันสนุก”

“ในออฟฟิศดูทุกคน ตอนดูก็แชทคุยกัน เจอกันก็คุยกันเรื่องละคร”

- การสื่อสารผ่านข้อความ ละครเรื่องบุพเพสันนิวาส เป็นละครที่เปิดตัวมาเพียงตอนแรกก็สร้างกระแสการโพสต์ข้อความลงในสื่อสังคมออนไลน์ได้ทันที ทั้ง Twitter, facebook และสื่ออื่น ๆ โดยใน Twitter มีคนพูดถึงคำว่า “#บุพเพสันนิวาส” นับล้านครั้ง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ไม่นั่งดูละครโทรทัศน์ขณะออกอากาศหรือดูก็ต้องติดตามทุกตอนเพราะพอเดาเรื่องราวได้ แต่เรื่องนี้กลับเฝ้าหน้าจอโทรทัศน์

“ปกติโลกออนไลน์จะไม่ค่อยแลกเปลี่ยนเรื่องละคร แต่ละครเรื่องนี้ มีการพูดถึงในทุก ๆ ฉาก มันทำให้คนที่ไม่ได้ดูละครแต่เล่นโซเชียลต้องหันกลับมาดู แล้วพอละครนำเสนอประวัติศาสตร์ได้สนุก แต่ไม่ได้ขยายความทั้งหมด ไม่นานก็มีคนพีคขึ้นมา เราก็คลิกเข้าไปอ่านได้ทันที ไม่ต้องหาเอง”

## 2. การตามรอยละคร

### 2.1 แรงจูงใจที่เกิดจากแรงผลัก (Push)

จากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างสามารถวิเคราะห์ได้ว่า แรงกระตุ้นภายในที่ทำให้เกิดการชมละครจนไปสู่การตามรอย คือ 1) ต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริง คือดูแล้วมีความสุข จากทุก ๆ องค์ประกอบที่รวมเป็นละครเรื่องนี้ ทำให้ไม่ต้องคิดถึงหรือกังวลเรื่องอื่น ๆ ชั่วขณะ ให้ละครช่วยปลอบประโลมจิตใจที่เหนื่อยล้าจากการทำงานมาตลอดสัปดาห์ 2) ตอบสนองความต้องการอยากรู้ อยากเห็นของตนเอง เพราะละครนำติดตามและคาดเดาไม่ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น จึงใจจดใจจ่อเฝ้ารอดู ถ้าหากต้องดูย้อนหลังจะพยายามปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ เพราะอยากรู้ด้วยตัวเองไม่อยากเห็นข้อความของคนอื่นที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของละคร 3) ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม เพราะทุกคนต่างพูดถึงละครเรื่องนี้ตนจึงอยากมีเรื่องคุยกับเพื่อนหรือเพื่อแสดงสถานะของตนเองว่าคิดเห็นต่อละครเรื่องนี้อย่างไร ดังนั้น การทำกิจกรรมเลียนแบบเนื้อหา การเกิดความรู้สึกชื่นชอบนักแสดงนำจนผันตนเองเป็นแฟนคลับ หรือการไปยังสถานที่ที่ปรากฏในละครจึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเติมเต็มความรู้สึกภายในจนผู้รับสารพอใจได้

### 2.2 แรงจูงใจที่เกิดจากแรงดึง (Pull)

จากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างสามารถวิเคราะห์ได้ว่า แรงกระตุ้นภายนอกที่ทำให้เกิดการตามรอย คือ การได้เห็นองค์ประกอบในละครที่น่าเสนอได้ลงตัวน่าสนใจตั้งแต่บทละคร ลีลาการแสดงของนักแสดง อุปกรณ์ประกอบฉาก ไปจนถึงสถานที่ถ่ายทำ ที่จูงใจให้ต้องการตามรอย เช่น คำกล่าวของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า

“ดูละครแล้วมาเที่ยวให้ความรู้สึกแตกต่าง ถึงแม้จะเคยมาเที่ยวอยุธยาหลายครั้ง จากที่นี่เคยเป็นแค่โบราณสถาน แต่ละครเรื่องนี้ทำให้สถานที่เหล่านี้มีชีวิตขึ้นมา ทำให้จินตนาการตามว่ามีคนในประวัติศาสตร์ที่เป็นที่รู้จักเคยใช้ชีวิตอยู่ที่นี่จริง ๆ มาเที่ยวแล้วสนุกขึ้น คิดตามละคร เรื่องราวในประวัติศาสตร์ก็สนุกขึ้น”

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังได้ทำและอยากทำกิจกรรมตามที่ปรากฏในละครอื่น ๆ อีก เช่น กินมะม่วงน้ำปลาหวาน หรือเตรียมไปกินหมูกระทะ เพราะมีการนำเสนอภาพได้อย่างน่ากินจนอยากทำตาม อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่งที่ใช้ละครเรื่องนี้เป็นพื้นที่ให้ตนเองได้สวมใส่ชุดไทยในชีวิตประจำวันขณะละครออกอากาศได้ให้ความเห็นว่า “ละครเรื่องนี้ กระตุ้นให้เกิดกระแสการแต่งกายด้วยชุดไทยเพื่อท่องเที่ยวโบราณสถานได้อย่างไม่เขินอาย เพราะในอดีตคนไทยจะสวมใส่ชุดไทยชุดประจำชาติเฉพาะในงานสำคัญเท่านั้น แต่เมื่อละครฉายทำให้คนไทยคุ้นชินกับการสวมใส่ชุดไทยจากในละครที่มีความสวยงามหลากหลายแบบ และยังสามารถประยุกต์สวมใส่ในชีวิตประจำวันได้มากยิ่งขึ้น”

## สรุป

ยังมีการแข่งขันกันสูงในการนำเสนอเนื้อหาละครหรือรายการที่ออกอากาศผ่านระบบโทรทัศน์ดิจิทัล ยิ่งทำให้ค่าเฉลี่ยเรตติ้งในการรับชมของแต่ละรายการค่อนข้างต่ำกว่าในอดีต เพราะนอกจากรายการจะต้องแข่งขันกันเอง ยังต้องสู้กับสื่อหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ดึงดูดเวลาและความสนใจของผู้ชมไป แต่ละครเรื่องบุพเพสันนิวาสเป็นสิ่งที่พิสูจน์ให้เห็นว่า หากละครเรื่องนั้นสร้างสรรค์เนื้อหาที่สามารถสร้างให้ผู้ชมรู้สึกผูกพันกับเรื่องราว

มีอารมณ์ร่วมกับเหตุการณ์ในละคร มีเนื้อเรื่องเหนือความคาดหมาย และรู้สึกว่าเรื่องราวในละครมีความเชื่อมโยงกับตนเอง ก็จะทำให้ละครเรื่องนั้นเป็นที่ถูกพูดถึงทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ชมด้วยการเอง หรือการบอกเล่าผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นตัวจุดกระแสการบอกต่ออย่างรวดเร็ว จนเกิดฐานผู้ชมที่ขยายวงกว้าง และเป็นปรากฏการณ์ที่สังคมให้ความสนใจทั่วกัน และนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวพันกับละครเช่น การเลียนแบบคำพูด การเลียนแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นในละคร ความชื่นชอบต่อนักแสดงนำ ตลอดจนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยจนเกิดการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ และผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับละคร

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโจทย์ให้ผู้ผลิตละคร ภาครัฐ และท้องถิ่นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ต้องร่วมกันคิดหาวิธีการเล่าเรื่องอย่างสร้างสรรค์โดยพิจารณาจากองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งนี้ประเทศไทยยังมีเรื่องเล่าอารยธรรม และสถานที่ที่น่าสนใจอีกมากมาย นับเป็นโอกาสที่จะใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ละครให้ประสบความสำเร็จเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมต่อไป แม้อยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันกันสูงก็ตาม

### เอกสารอ้างอิง

- ไทยรัฐออนไลน์. (2561). **‘บุพเพสันนิวาส’ พิวเวอร์คนแต่งชุดไทยแน่นวัดไชยฯ ตามรอยการะเกด**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2561, แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/content/1225252>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2560). **กระแส “แต้ว-นาดี” ส่ง “คำชะโนด” ฮอตปีใหม่รับนักท่องเที่ยววันละแสน**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2561, แหล่งที่มา [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1483591855&fbclid=IwAR1HhFfept2XZEF\\_B3XXvYoaYzNo\\_LfyuEMZrpyVKdKTMU1PeEnBhcjlSM](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483591855&fbclid=IwAR1HhFfept2XZEF_B3XXvYoaYzNo_LfyuEMZrpyVKdKTMU1PeEnBhcjlSM)
- อลิสรา วิทวัสกุล. (2549). **การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์แดจังกึมจอมนางแห่งวังหลวง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Mthai News. (2012). **คนจีนแห่เที่ยวไทยตามรอยหนังดัง Lost in Thailand**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2561, แหล่งที่มา <https://news.mthai.com/world-news/209600.html>
- Positioning Magazine Online. (2006). **“Hallyu” คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 เมษายน 2561, แหล่งที่มา <https://positioningmag.com/8345>
- Change, D, Y. (2016). A study of TV drama series, cultural proximity and travel motivation: Moderation effect of enduring involvement. *International Journal of Tourism Research* 18(4): 399-408.
- Kim, S. & Long, P. (2012). Touring TV Soap Operas: Genre in Film Tourism Research. *Tourist Studies* 12(2): 173-185.
- Klenosky, D. (2011). The pull of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Tourism research* 30(1): 385-395.
- Macionis, N. (2007). **Film-induce tourism: The role of film as a contributor to the motivation to travel to destination**. Doctoral dissertation, Philosophy, Griffin business school, Griffin university.