

พัฒนาการการแสดงหุ่นละครเล็กโจหลุยส์
(ปีพุทธศักราช 2528 - 2559)



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (วัฒนธรรมศึกษา)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

Copyright by Mahidol University

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

พัฒนาการการแสดงหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ (พุทธศักราช 2528 – 2559)

THE DEVELOPMENT OF JOE LOUIS TRADITIONAL PUPPET PERFORMANCE (B.E.2528 - 2559)

กุลธวัช อินทร์บัว 5537171 LCCS / M

ศศ.ม. (วัฒนธรรมศึกษา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : พชร สุวรรณภานัน, ปร.ค. ชิตชยางค์ ยมาภัย, ค.ค., พฐุ คูศิริพิทักษ์, ปร.ค

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการแสดงรวมถึงพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของการแสดงหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2528 ถึง 2559 ซึ่งนำกลยุทธ์ด้านการตลาดและการจัดการองค์กรในรูปแบบของบริษัทจำกัดมาใช้ในการบริหารและจัดการ โดย บุคลากรฝ่ายการตลาดและบุคลากรฝ่ายการแสดงปฏิบัติหน้าที่ตามกระบวนการทำงานภายในองค์กรสร้างสรรค์รูปแบบการแสดงที่เพิ่มความแปลกใหม่ให้เอกลักษณ์ของหุ่นละครเล็กโจหลุยส์มีความโดดเด่นและดำรงอยู่ภายใต้สังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นการทำงานสนาม (Fieldwork) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากบุคลากรในคณะหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ ผู้ชม นักวิชาการ และผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางการแสดงวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่าหุ่นละครเล็กโจหลุยส์มีพัฒนาการด้านการแสดงเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมไทยแบ่งออกได้เป็น 3 ยุค ได้แก่ ยุคที่ 1 สืบสานภูมิปัญญา (พ.ศ. 2528-2540) เป็นการสร้างหุ่นละครเล็กจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเพื่อสร้างรายได้และอาชีพให้เฉพาะสมาชิกภายในครอบครัว มีอุดมการณ์ที่ดีในการร่วมเผยแพร่และสืบสานการแสดงจนทำให้ครูสาคร ยังเขียวสดได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติเป็นศิลปินแห่งชาติ สาขากการแสดงหุ่นละครเล็ก(พ.ศ.2539)ยุคที่ 2 พัฒนาสู่สากล(พ.ศ.2541-2553) เป็นการสร้างสรรค์การแสดงหุ่นละครเล็กที่ผสมผสานความเป็นสากลอย่างลงตัวจนได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดหุ่น โลกถึงสองครั้งและยุคที่ 3 พลนวัตกรรม (พ.ศ.2554-2559) เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับรูปแบบการแสดงหุ่นละครเล็กที่ประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ประกอบกับใช้การบริหารจัดการในรูปแบบของบริษัทจำกัดที่มีกลยุทธ์การตลาดกำหนดรูปแบบการแสดง (Market-in) ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากขึ้น ซึ่งพัฒนาการจากสามยุคสะท้อนให้เห็นการปรับตัวและการสังสมภูมิปัญญาของหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ที่สามารถขับเคลื่อนการแสดงหุ่น ละครเล็กให้ได้รับความนิมอย่างต่อเนื่องสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อองค์กรเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยให้ดำรงอยู่และเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติอีกทั้งช่วยเพิ่มเสถียรภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยอีกด้วย

คำสำคัญ: หุ่นละครเล็กโจหลุยส์/พัฒนาการ/กลยุทธ์ด้านการตลาด/รูปแบบการจัดการแสดง/เอกลักษณ์

THE DEVELOPMENT OF JOE LOUIS TRADITIONAL PUPPET PERFORMANCE (B.E.2528 - 2559)

KULTHAWAT INBUA 5537171 LCCS/ M

M.A. (CULTURAL STUDIES)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PHODCHARA SUWANNAPHACHANA, Ph.D., JITJAYANG YAMABHAI, Ph.D., PATOO CUSRIPITUCK, Ph.D.

ABSTRACT

This research aimed to investigate the modes of performance, development, and the changes in Joe Louis traditional puppets from 1985 to 2016. This was a qualitative research that collected data through in-depth interview with the personnel working for the Joe Louis traditional puppets performance, the audience, scholars, and performance experts. Data was analyzed and synthesized in conjunction with relevant research and related documents.

According to the findings, the development of Joe Louis traditional puppets performance could be divided into 3 periods, depending on the Thai social context. The first period (1985-1997) is the founding period of the puppet show based on the wisdom of the ancestors to earn a living for the family members. The strong commitment to introduce the performance to the general public and pass on the performing art to the next generation made Sakorn Yang-keawsot a National Artist for performing arts (1996). The second period features a huge development (1998 – 2010) when the performance embraced such a good proportion of internationality that won the World Puppet Carnival Award twice.

The third period (2011-2016) is characterized by innovations used in the performance using computers and modern technologies, as well as application of marketing and organizational management strategies of limited companies (market-in) to better meet the demands of the audience. The three periods of development reflected the adaptation of performance that drives puppetry toward continuing popularity, earning promising income for Thai cultural organizations remain functional and be internationally known. This industry plays an important role in the economic development of the country.

KEY WORDS: JOE LOUIS TRADITIONAL PUPPETS PERFORMANCE/ DEVELOPMENT/ MARKETING STRATEGY/ MODE OF PERFORMANCE/ IDENTITY

115 pages

Copyright by Mahidol University