

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการเชื่อมโยงภาพลักษณ์จากผู้ดำเนินรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมาสู่ตัวละคร การ์ตูน 4 Angies สีสาวแสนซน เพื่อวิเคราะห์ร่องรอยเนื้อหาเดิม (Convention) และสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ (Invention) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการถ่ายโอนเนื้อหา และศึกษาการรับรู้และทัศนคติของเด็กในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน 4 Angies สีสาวแสนซนและผู้ดำเนินรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสนทนากลุ่ม โดยนำเสนอข้อมูลการวิจัยในลักษณะพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตให้ความสำคัญกับการถ่ายโยงบุคลิกลักษณะของผู้ดำเนินรายการมาสู่ตัวละครการ์ตูนมากกว่า การถ่ายโยงภาพลักษณ์ โดยปัจจัยสำคัญที่ผู้ผลิตเลือกผู้ดำเนินรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมาเป็นต้นแบบ ได้แก่ 1. การสร้างความแปลกใหม่ 2. การสร้างความเป็นที่รู้จักโดยเร็ว 3. อายุขัยหรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 4. ความเด่นชัดของคาแรกเตอร์ต้นแบบ และ 5. ปัจจัยด้านสถานีโทรทัศน์ โดยมีแนวคิดหลักในการออกแบบตัวละคร คือ 1. ตัวละครมีรูปร่างง่ายต่อการจดจำ 2. ตัวละครต้องหน้าตาไม่เหมือนต้นแบบที่เป็นคนจริง 3. ตัวละครต้องมีความพิเศษในตัว และ 4. กำหนดสีเครื่องแต่งกายให้แก่ตัวละคร จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการถ่ายโอนเนื้อหาของผู้ผลิต มี 3 ประการ คือ 1. ภาพพจน์ของความเป็นคนมีชื่อเสียง 2. อายุขัยของตัวละคร 3. งบประมาณการผลิต

ด้านการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า ผู้ผลิตไม่ได้ถ่ายโยงเนื้อหาจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมายังการ์ตูน 4 Angies สีสาวแสนซน แต่พบการถ่ายโยงเนื้อหาที่มาจากแหล่งอื่นเป็นจำนวนมากตลอดทั้งเรื่อง ในด้านการออกแบบตัวละครพบว่า ผู้ผลิตถ่ายโยงบุคลิกลักษณะเฉพาะจุดเด่นด้านนิสัย การแสดงออก และความสามารถพิเศษของผู้ดำเนินรายการมาสู่ตัวละครโดยมิได้ถ่ายโยงภาพลักษณ์ นอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตใช้การขยายความจากตัวบทต้นทางมาสู่ตัวบทปลายทาง โดยใช้ตรรกะของการเล่าเรื่องกับตัวบทปลายทางที่เป็นการตูนซึ่งไม่มีในตัวบทต้นทางที่เป็นรายการเล่าข่าว กล่าวได้ว่า การ์ตูน 4 Angies สีสาวแสนซน มีสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่มากกว่าร่องรอยเนื้อหาเดิม และการถ่ายโยงเนื้อหาส่วนใหญ่มาจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

ด้านการวิเคราะห์การรับรู้และทัศนคติของเด็กพบว่า เด็กมีการเชื่อมโยงทัศนคติแบบ “สลับต้นทางกับปลายทาง” เนื่องจากตัวบทต้นทางไม่ใช่รายการสำหรับเด็ก ซึ่งบริบทที่มีผลต่อการรับรู้และทัศนคติของเด็กที่มีต่อตัวละครการ์ตูนและผู้ดำเนินรายการ ได้แก่ 1. ประเภทของรายการ 2. ฐานความรู้เดิม 3. เพศ 4. อายุ

## 4985081828 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: Intertextuality / Animation

NISARA BOONPOTIKAEW : AN INTERTEXTUAL ANALYSIS OF ANIMATED 4 ANGIES FROM TV TALK SHOW HOST. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. KANJANA KAEWTHEP, Ph.D. , 203 pp.

This research aims to study the intertextualization between TV news talk show hosts "Women to Women" (primary text), to 4 Angies cartoon characters (secondary text) in order to analyze the convention and invention, study factors influencing intertextualization and study children perception and attitude in terms of intertextuality between the two texts. The methods of the qualitative research were applied, namely, textual analysis, in-depth interview and focus group while the research data was analytical descriptive.

The research found that the producer paid more attention on the intertextualization of TV news talk show hosts' personality than their image. The important factors on selecting TV talk show hosts (Women to Women) as the model were (1) innovative creation, (2) fast awareness building, (3) product life cycle, (4) their prominent characteristics, and (5) television station. The main concepts of the cartoon design were (1) it should be easy to recognize the characters, (2) the characters shall be different from the model, (3) the characters shall have magic, and (4) a specific dress color is assigned to each character. The research also showed that there were 3 factors affecting the intertextualization of the producer, namely, (1) image of the well-know person, (2) cycle life of the character, (3) production budget.

In term of the textual analysis, the producer did not intertextualize the content of 4 Angies cartoon from Women to Women TV news talk show but intertextualized from other sources instead. In term of the character design, the producer intertextualized only outstanding personalities, expression and talent of TV hosts while failed to intertextualize their image. In addition, it was found that the producer extended the logic of narration, which did not have the primary text, to the secondary text. Therefore, animated 4 Angies is considered the invention not the convention, and most of the intertextualization was derived from other sources more than the TV news talk show.

In term of children perception and attitude, it was found that children had the as "the switching attitude between primary and secondary texts" because the primary text was not the show for children. The contexts affecting children perception and attitude toward cartoon characters and TV talk show hosts were (1) genres, (2) background knowledge, (3) gender, (4) age.