

รูปแบบและวิธีการเล่าเรื่องของมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง

The Forms and Narrative Techniques of Vertical Music Videos.

ธนพล เชาวนวิชย์* และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล**

Thanapol Chaowanich* and Tatri Taiphapoon**

วันที่รับบทความ 31 มกราคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ 1 เมษายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ 9 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

รูปแบบและวิธีการเล่าเรื่องของมิวสิกวิดีโอแนวตั้งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งอธิบายรูปแบบและกลวิธีการเล่าเรื่องและการใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมายของมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง จากการศึกษาพบว่ามิวสิกวิดีโอแนวตั้งของไทยมีทั้งรูปแบบที่เน้นการเล่าเรื่องเป็นหลักโดยผ่านกิจกรรมการใช้งานต่าง ๆ บนหน้าจอสมาร์ทโฟนและพัฒนาเป็นเรื่องราวในมิวสิกวิดีโอ เพื่อให้สอดคล้องกับการรับชมบนหน้าจอสมาร์ทโฟนแนวตั้ง ในด้านการใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งพบว่าเมื่อกรอบภาพถูกเปลี่ยนจากแนวนอนสู่แนวตั้ง ทำให้วิถีคิดในการจัดวางองค์ประกอบในวิดิทัศน์แนวตั้งก็เปลี่ยนไปจากเดิมด้วย ไม่ว่าจะเป็นการจัดวางบุคคลและวัตถุในกรอบภาพ ขนาดและระยะของภาพ รูปแบบการถ่ายทำแบบมือสมัครเล่น การนำเสนอภาพการสนทนาของตัวละครผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ซึ่งสุนทรียะในการถ่ายทำและการจัดการพื้นที่ในกรอบภาพแนวตั้งยังคงเปิดพื้นที่ให้นักวิจัยได้เข้าไปสำรวจศึกษาและสังเคราะห์ออกมาเป็นองค์ความรู้ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: วิดิทัศน์แนวตั้ง, มิวสิกวิดีโอแนวตั้ง, รูปแบบและวิธีการเล่าเรื่อง

Corresponding Author Email: thanapoldew@gmail.com และ tatri13@gmail.com

* นิสิตปริญญาเอก สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอาจารย์ประจำภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Ph.D. Candidate and Lecturer of Communication Arts at Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

Abstract

The forms and narrative techniques of vertical music videos is a qualitative research aimed at explaining the narrative forms and techniques, as well as the use of visual language to convey the meanings of vertical music videos. The study found that Thai vertical music videos have both narrative-focused formats through various activities on the smartphone screen and develop into stories in music videos to match the viewing on the vertical smartphone screen. In terms of using visual language to convey meaning in vertical music videos, it was found that when the frame is changed from horizontal to vertical, the way of thinking about arranging elements in vertical videos also changes. This includes the placement of people and objects in the frame, the size and distance of the image, the amateur filming style, and the presentation of character conversations through smartphone applications. The aesthetics of filming and space management in vertical frames continue to open areas for researchers to explore, study, and synthesize into knowledge in the future.

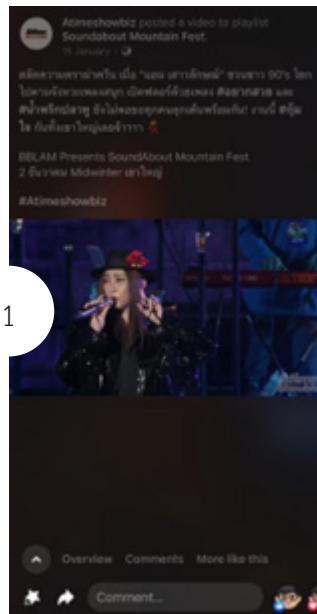
Keywords: Vertical Video, Vertical Music Video, Form and Narrative

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่การถือกำเนิดของกล้องถ่ายภาพยนตร์ที่คิดค้นขึ้นโดย โทมัส อัลวา เอดิสัน และ วิลเลียม เคนเนดี ดิกสัน อันเป็นจุดเริ่มต้นของภาพยนตร์นับตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา จวบจนถึงการถือกำเนิดของประดิษฐ์กรรมอย่างโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ มนุษย์ต่างคุ้นเคยกับการรับชมภาพเคลื่อนไหวในแนวนอนมาโดยตลอด ด้วยรูปลักษณะของจอภาพสี่เหลี่ยมผืนผ้าในอัตราส่วนภาพแบบ 4:3 มาจนถึงอัตราส่วนภาพแบบ 16:9 และอีกหลากหลายขนาดจอภาพที่มีความกว้างยาวกว่าความยาวของจอ (Ryan, 2018) ทำให้การบันทึกภาพเคลื่อนไหวล้วนถูกออกแบบมาเพื่อสอดรับกับขนาดจอสี่เหลี่ยมผืนผ้าและธรรมชาติการเคลื่อนไหวของตามนุษย์ในการมองภาพ ศิลปินผู้สร้างสรรค์งานภาพเคลื่อนไหวถ่ายทอดความคิดเชิงสุนทรีย์ะ บันทึกภาพเคลื่อนไหวบนกรอบภาพแนวนอนทั้งสิ้น หากมีการสร้างสรรค์หรือจัดวางองค์ประกอบภาพเป็นแนวตั้ง การสร้างสรรค์รูปแบบนี้ก็จะทำงานภายใต้กรอบวิธีคิดเชิงสุนทรีย์ะของการถ่ายภาพบุคคลในศาสตร์ของการถ่ายภาพนิ่งไป (Photography) (Ryan, 2018)

เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง โลกขับเคลื่อนสู่ยุคการสื่อสารไร้พรมแดน โดยมีจุดเปลี่ยนครั้งยิ่งใหญ่คือการถือกำเนิดของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่ถูกพัฒนาต่อเนื่องจนโทรศัพท์มือถือขีดจำกัด ทำให้มนุษย์สามารถทำกิจกรรมทุกอย่างได้ผ่านสมาร์ทโฟนเพียงเครื่องเดียว ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายภาพ การบันทึกวิดีโอ การรับส่งอีเมลล์ การรับข้อมูลข่าวสารประจำวัน การทำธุรกรรมทางการเงิน การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การพูดคุยสื่อสาร

ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ จากการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2566 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ สํารวจทั้งประเทศพบว่า ในประเทศไทยมีผู้ใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 95.1 เลยทีเดียว หากวิเคราะห์กันในเรื่องรูปลักษณะของอุปกรณ์สื่อสาร สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่มีความแตกต่างจากสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ กล่าวคือรูปลักษณะของสมาร์ทโฟนแม้เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าเหมือนสื่ออื่น ๆ แต่สมาร์ทโฟนถูกออกแบบมาเพื่อการใช้งานในแนวดิ่งเพื่อความสะดวกในการใช้งานด้วยมือข้างเดียว การเปิดรับสื่อบนสมาร์ทโฟนของผู้ใช้งานจึงถูกใช้ในลักษณะแนวดิ่ง เนื้อหาที่แสดงผลจะแสดงบนอัตราส่วนภาพแบบ 9:16 ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความเคยชินกับการมองจอแนวดิ่งทั้งในแง่การใช้งาน และการเปิดรับสื่อ



หากผู้ใช้งานรับชมภาพยนตร์หรือวิดีโอซึ่งถูกถ่ายทำในแนวนอน มาตั้งแต่แรกผู้ใช้งานจะต้องพลิกหน้าจอสมาร์ทโฟนให้เป็นแนวนอนเสียก่อน เพื่อให้วิดีโอเล่นได้เต็มจอมือถือ เพราะหากยังคงถือสมาร์ทโฟนเป็นแนวดิ่ง ก็จะเกิดกล่องสีดำขอบวิดีโอทั้งด้านบนและด้านล่าง ทำให้รับชมภาพได้ไม่เต็มพื้นที่บนจอ ในระยะต่อมา ผู้ผลิตแอปพลิเคชันมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้น จึงพัฒนาการแสดงผลบนหน้าจอสมาร์ทโฟนให้มีชื่อเพจและข้อความต่าง ๆ บนพื้นที่กล่องสีดำด้านบน และเพิ่มช่องแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่กล่องสีดำด้านล่าง เพื่อให้ผู้ชมได้อ่านข้อมูล แสดงความคิดเห็นและรับชมวิดีโอ

ภาพที่ 1 การแสดงผลบนหน้าจอเมื่อชมวิดีโอแนวนอนโดยการถือสมาร์ทโฟนเป็นแนวดิ่ง ที่มา: Facebook. (2567) Atimeshowbiz. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2567. จาก <https://www.facebook.com/atimeshowbiz>

เมื่อคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนเอื้อให้ใช้งานในแนวดิ่ง ทำให้ผู้ใช้งานคุ้นชินกับการถ่ายภาพตัวเอง หรือบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแนวดิ่งโพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์หลายแพลตฟอร์มต่างตอบสนองความสะดวกสบายของผู้ใช้งานด้วยการออกแบบคุณสมบัติการใช้งานสื่อที่รองรับภาพเคลื่อนไหวแนวดิ่งโดยผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนสามารถรับชมภาพได้เต็มจอโดยไม่ต้องพลิกมือถือเป็นแนวนอน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้การดูผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสะดวกมากขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังช่วยขยายขอบเขตของบริบทในการเล่าให้มีความสอดคล้อง เกี่ยวข้องกับโลกในยุคปัจจุบัน ทั้งการแชท วิดีโอคอล การไลฟ์ การโพสต์ภาพ โพสต์สตอรี่ เป็นต้น อีกทั้งยังช่วยสร้างความแปลกตา และอารมณ์ที่แปลกออกไปจากการดูอะไรแบบเดิม ๆ อีกด้วย (ธีรพงศ์, 2563) ดังที่เราจะเห็นได้จากแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลก เช่น สแนปแชต, เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม, เอ็กซ์,

ดึกตอก เป็นต้น เมื่อผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนต่างโอบรับการบันทึกและรับชมภาพเคลื่อนไหวแนวตั้งบนสมาร์ทโฟนเข้ามาในชีวิตประจำวันแล้ว ทำให้ผู้ผลิตและสร้างสรรค์สื่อต่างปรับตัวตามพฤติกรรม การรับชมภาพเคลื่อนไหวของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ดังจะเห็นได้จากการปรับตัวของแพลตฟอร์มยูทูบในปี 2015 ซึ่งปรับปรุงระบบการใช้งานให้ผู้ใช้งานสามารถลงวิดีโอแนวดิ่งและรับชมได้เต็มพื้นที่หน้าจอมือถือโดยไม่มีแถบดำขอบด้านบนและล่าง (Ryan, 2018) การปรับตัวของเฟซบุ๊กในการให้ผู้ใช้งานสามารถลงวิดีโอในอัตราส่วนภาพที่หลากหลายขึ้น นักวางแผนการตลาดใช้กลยุทธ์การลงโฆษณาแนวตั้งเพื่อให้ผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนเห็นเต็มหน้าจอและออกแบบการจัดวางภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการทำวิดีโอทัศนียภาพแนวตั้งของสำนักข่าวออนไลน์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมรับชมสื่อแนวตั้งของผู้ใช้งาน โดยที่ผู้ใช้งานเองไม่จำเป็นต้องเสียเวลาพลิกหน้าจอสมาร์ทโฟนเป็นแนวนอนอีกต่อไป การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอของผู้สร้างสรรค์สื่อเหล่านี้เองล้วนสร้างความเคยชินให้กับผู้ใช้งานในการรับชมวิดีโอแนวดิ่ง โดยที่พวกเขาเองอาจจะไม่ได้ตระหนักมาก่อนว่าการถ่ายทำและการรับชมวิดีโอแนวดิ่งนี้เองได้แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แม้ว่าการเกิดขึ้นของวิดีโอแนวดิ่งจะเริ่มต้นมาจากการเป็นสื่อที่ออกแบบมาเพื่อรับชมบนสมาร์ทโฟน แต่มันกลับส่งแรงกระเพื่อมไปถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นกระแสความเคลื่อนไหวในการจัดเทศกาลภาพยนตร์แนวตั้ง (Vertical Film Festival) ซึ่งจัดขึ้นในต่างประเทศออสเตรเลีย ตั้งแต่ปี 2014 เป็นต้นมา การประกาศสร้างภาพยนตร์บล็อกบัสเตอร์แนวตั้งเรื่องแรกของโลกที่มีชื่อว่า V2. Escape from Hell เล่าเรื่องราวของนักบินโซเวียตที่ต้องหนีจากค่ายนรกเยอรมัน โดยมีแผนจะเข้าฉายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในปี 2021 (ทีปกร, 2563) การเกิดขึ้นของบริการสตรีมมิ่งอย่าง Quibi โดยซีรีส์ของ Quibi แต่ละเรื่องได้รับการออกแบบมาให้สามารถชมได้ทั้งแนวดิ่งและแนวนอน รวมถึงแอปพลิเคชัน ReelShort เป็นบริการสตรีมมิ่งไมโครซีรีส์ที่กำลังเป็นแอปยอดนิยมในอเมริกา มีละครสั้นความยาว 1 นาที จำนวนหลาย 10 ตอน ให้เลือกดูหลายเรื่อง จัดหน้าจอให้เลือกกดดูเหมือน Netflix แต่ทำให้การดูรวดเร็วเต็มจอแนวตั้งเหมือนเล่นแอปพลิเคชันดึกตอก ใช้วิธีเล่าเรื่องราวรวดเร็วสไตล์วิดีโอสั้นเพื่อดึงดูดให้ติดตามเรื่องราวอย่างต่อเนื่อง (ชลทิพย์, 2566) อันเป็นสิ่งที่พิสูจน์ว่าวิดีโอแนวดิ่งยังคงได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างไม่หยุดนิ่ง

เมื่อการสร้างเนื้อหาเพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในแนวตั้งของผู้บริโภคแพร่หลายมากขึ้น ศิลปินผู้สร้างสรรค์งานเองก็จึงเริ่มต้นสร้างสรรค์วิดีโอแนวดิ่งกันมากขึ้น ดังที่เราจะได้เห็นจากการเกิดขึ้นของมิวสิกวิดีโอต่างประเทศที่สร้างทางเลือกในการรับชมแบบแนวตั้งก่อเกิดเป็นกระแสมิวสิกวิดีโอแนวตั้งขึ้นมา เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการถ่ายทำและการสร้างสรรค์เรื่องราวให้มีความเฉพาะตัวและแตกต่างจากมิวสิกวิดีโอแนวนอน ไม่เว้นแม้แต่ในประเทศไทยที่มีการถ่ายทำและเล่าเรื่องราวผ่านมิวสิกวิดีโอแนวตั้งสำหรับการรับชมบนหน้าจอสมาร์ทโฟนเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษามิวสิกวิดีโอแนวตั้ง เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เห็นทั้งในมิติของการเล่าเรื่องและมิติด้านการสื่อสารด้วยภาพบนพื้นที่แนวตั้ง เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะสำคัญของมิวสิกวิดีโอแนวตั้งและนำไปสู่การนำไปต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานต่อไป

ปัญหานำการวิจัย

1. รูปแบบและกลวิธีการเล่าเรื่องของมิวสิกวิดีโอแนวตั้งเป็นอย่างไร
2. ผู้กำกับมิวสิกวิดีโอเลือกใช้ภาษาภาพในการสื่อความหมายบนพื้นที่หน้าจอแนวตั้งอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่ออธิบายรูปแบบและกลวิธีการเล่าเรื่องของมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง
2. เพื่อวิเคราะห์และอธิบายการใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมายของมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทัศน์เกี่ยวกับวิทัศน์แนวตั้ง

การถ่ายทำวิทัศน์แนวตั้งที่เกิดขึ้นจากผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนก็ดี หรือการปรับตัวของผู้ผลิตสื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนก็ดี ทำให้สังเกตเห็นว่ากรอบแนวคิดเรื่องการทำภาพเคลื่อนไหวในแนวนอนนั้น กำลังเคลื่อนตัวสู่แนวคิดในการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้ง นับเป็นปรากฏการณ์ที่น่าจับตามองและท้าทายสุนทรียะการถ่ายภาพเคลื่อนไหวในแนวนอนไม่น้อย

Manjoo (2016) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงการทำวิทัศน์แนวนอนเป็นแนวตั้งอาจจะดูเป็นประเด็นเล็กน้อย จนทำให้หลาย ๆ คนไม่ได้สังเกตว่าโลกการสื่อสารได้เปลี่ยนเป็นแนวตั้งไปแล้ว แต่ในมุมมองของผู้ผลิตและผู้สร้างสรรค์สื่อหลายคนกลับมองว่าการถ่ายวิทัศน์แนวตั้งเป็นประเด็นที่ค่อนข้างอ่อนไหว ก่อให้เกิดความกังวลใจกับศิลปินผู้สร้างสรรค์ที่ยังเชื่อมั่นในพลังของสุนทรียะด้านภาพของวิทัศน์แนวนอนว่าเป็นความงามที่มนุษย์ควรเสพ การถ่ายวิทัศน์แนวตั้งรังแต่จะเป็นการทำลายสุนทรียะความงามของภาพเคลื่อนไหวแนวนอน

ในปี 2012 วินเซนซ์ โบวา และ แดเมียน เอ็คฮาร์ด-จาโบปี ผู้สร้างสรรค์รายการทางยูทูบที่มีชื่อว่า Glove and Boots ได้นำเสนอคลิปวิทัศน์ที่แสดงความเห็นในเชิงลบต่อพฤติกรรมการถ่ายวิทัศน์แนวตั้ง รวมไปถึงพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมที่เคยชินกับการเปิดรับสื่อผ่านสมาร์ทโฟนจนติดรูปแบบการชมวิทัศน์ในแนวตั้ง โดยมีประโยคในวิทัศน์กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการติดการถ่าย/รับชมวิทัศน์แนวตั้ง (Vertical Video Syndrome) ถือเป็นอันตราย วิทัศน์ที่เราจะรับชมจะต้องอยู่ในรูปแบบแนวนอนเสมอ จอภาพยนตร์ จอโทรทัศน์เป็นแนวนอน หน้าจอคอมพิวเตอร์ก็เป็นแนวนอน ตาของมนุษย์เองก็อยู่ในระนาบแนวนอน ดังนั้นพวกเราจึงไม่ได้ถูกสร้างมาเพื่อให้ดูวิทัศน์แนวตั้ง

วิทัศน์ชิ้นนี้มียอดผู้เข้าชมกว่าแปดล้านวิวและเกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวางในแง่ของความกังวลว่ากระแสการถ่ายวิทัศน์แนวตั้งจะเข้ามาคุกคามและทำลายสุนทรียะของการถ่ายวิทัศน์แนวนอน อย่างไรก็ตามท่ามกลางกระแสต่อต้านการถ่ายทำวิทัศน์แนวตั้ง มีกลุ่มผู้สร้างสรรค์อีกจำนวนมากที่มองว่า วิทัศน์แนวตั้งนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบหรือเข้าขั้นคุกคามสุนทรียะด้านภาพในวิทัศน์แนวนอนแต่อย่างใด โดย ธนิดา หาญทวีวัฒนา (สัมภาษณ์, 2563) ผู้กำกับซีรีส์และมิวสิกวิดีโอ มองว่าจริง ๆ แล้ว สุนทรียศาสตร์ของการถ่ายทำวิทัศน์

แนวนอนนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของขนาดภาพมาตั้งแต่ไหนแต่ไร ซึ่งแต่ละสัดส่วนของภาพก็มีความงามที่แตกต่างกันไป ซึ่งความสวยงามนั้นไม่ใช่แค่ขนาดภาพอย่างเดียว หากขึ้นอยู่กับการใช้เลนส์ในการถ่ายด้วยที่ทำให้ความสวยงามของภาพยังสื่อออกมาได้แม้ว่าจะอยู่บนสัดส่วนภาพที่แตกต่างกัน

เกรียงไกร วชิรธรรมพร ผู้กำกับภาพยนตร์และมิวสิกวิดีโอ (สัมภาษณ์, 2563) มีความเห็นต่อเรื่องวิทัศน์แนวดั้งว่า มันเป็นแนวโน้มการอีกขั้นหนึ่งของการถ่ายทอดเนื้อหา ยุคสมัยก่อนเราดูหนังในโรงหนัง เราเคยชินกับการดูหน้าจอแนวนอน แต่วันนี้เราอยู่กับการดูหน้าจอแนวดั้งมากขึ้น โลกมันก็ต้องเปลี่ยนตาม คอนเทนต์ก็อยากวิ่งตาม จึงไม่ได้มองว่าวิทัศน์แนวดั้งจะเข้ามาทำลายสุนทรียะของการถ่ายวิทัศน์แนวนอน เพราะมันทำลายไม่ได้ มันเป็นประสบการณ์การรับชมที่แตกต่างกัน เป็นคนละเกมคนละตลาดกัน เว้นเสียแต่ว่าจอในชีวิตจริงของเราจะเปลี่ยนเป็นแนวดั้งเยอะขึ้น ถ้าหน้าจอโทรทัศน์ถูกปรับเป็นแนวดั้งมากขึ้น ถึงตอนนั้นเนื้อหาจะเปลี่ยนตาม วิทัศน์แนวดั้งเปรียบเสมือนผู้เล่นรายใหม่ที่จะช่วยทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรียะเฉพาะตัว เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ได้ค้นหาความงามของมันต่อไปรวมถึงช่วยเติมเต็มสุนทรียะศาสตร์ภาพเคลื่อนไหวเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่นับวันจะใช้เวลากับหน้าจอมือถือมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องในมิวสิกวิดีโอ

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2544, หน้า 121) ได้ให้ความหมายของมิวสิกวิดีโอว่า มิวสิกวิดีโอ คือ ภาพประกอบเพลงที่ถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับเพลงเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิต และคนฟังที่ตีความหมายและสร้างจินตนาการให้แบบสำเร็จรูป นับตั้งแต่มิวสิกวิดีโอถือกำเนิดขึ้น สามารถพิจารณา มิวสิกวิดีโอในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ นิยามของมิวสิกวิดีโอในยุคแรก จึงเป็นการผลิตภาพประกอบเพลง หรือมีเพลงเป็นหลัก ภาพเป็นรอง แต่ปัจจุบันพบว่า มิวสิกวิดีโอ เพลงนั้นไม่ได้ยึดถือเพลงเป็นหลักเนื้อหาของเรื่องไม่เกี่ยวกับเพลงก็มี อมรรัตน์ (2545) แบ่งรูปแบบของมิวสิกวิดีโอตามที่ได้เห็นได้จากการที่บริษัทเทปเพลงผลิตออกมา 3 รูปแบบ คือ (1) มิวสิกวิดีโอที่มีการแสดงเป็นหลัก (Performance) เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน มักเป็นการนำเสนอภาพวงดนตรีหรือนักร้องร้องเพลงอยู่บนเวที (2) มิวสิกวิดีโอที่มีเรื่องราวสื่อความหมายเป็นหลัก (Narrative) เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์เป็นเรื่องราว โดยเรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดนั้นจะขึ้นอยู่กับความหมายในบทเพลงเป็นหลัก และ (3) มิวสิกวิดีโอที่มีแนวคิดบางอย่างที่ไม่เป็นเรื่องราว (Conceptual) หรือเรื่องราวไม่มีความสอดคล้องกับเพลง รูปแบบนี้ใช้เทคนิคการพัฒนาแนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของดนตรี การสร้างสรรค์วิธีการเพื่อสร้างความรู้สึกแปลกใหม่ให้กับผู้ชม

สำหรับมิวสิกวิดีโอที่เน้นเรื่องราวสื่อความหมายเป็นหลัก สามารถหยิบองค์ประกอบการเล่าเรื่องมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) โครงเรื่อง เป็นการลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีเหตุผลและมีจุดหมายปลายทาง (2) แก่นเรื่อง เป็นความคิดรวบยอดที่ผู้สร้างสรรค์ต้องการจะสื่อสารกับผู้ชม (3) ตัวละคร เป็นผู้กระทำหรือผู้ที่ได้รับผลจากการกระทำในเรื่องเล่า (4) ความขัดแย้ง เป็นปมปัญหาที่ตัวละครพบเจอและต้องแก้ไข (5) ฉาก เป็นจุดหนึ่งของเวลาและ

สถานที่ที่เหตุการณ์ของโครงเรื่องนั้นเกิดขึ้นประกอบไปด้วยช่วงเวลาและสถานที่ และ (6) มุมมองในการเล่าเรื่อง อันประกอบด้วย มุมมองบุคคลที่หนึ่ง เป็นมุมมองของตัวละครในเรื่องราว และ มุมมองของบุคคลที่สาม เป็นมุมมองที่แทนสายตาของผู้สังเกตการณ์ ซึ่งผู้วิจัยหยิบองค์ประกอบเหล่านี้มาช่วยในการวิเคราะห์เนื้อหาการเล่าเรื่องในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมาย

ภาษาภาพเป็นส่วนสำคัญที่ได้จากภาพลักษณะต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากเทคนิคการถ่ายทำหรือเทคนิคการใช้กล้อง ซึ่งการนำเสนอภาพที่มีลักษณะต่างๆ เหล่านั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสื่อสารหรือ สื่อความหมายกับกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เช่นการสร้างอารมณ์ร่วม และความรู้สึกทางจิตวิทยา ที่เป็นนามธรรมต่าง ๆ การถ่ายทอดความต่อเนื่องของเนื้อหาสาระหรือแม้แต่การสร้างสถานการณ์ให้ผู้ชมเสมือนหนึ่งนำผู้ชมไปอยู่ในเหตุการณ์นั้น ๆ อย่างใกล้ชิด ภาษาภาพจึงเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่เกี่ยวกับการรับรู้ทางจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย

ในการเล่าเรื่องราวผ่านภาพเคลื่อนไหว ผู้ผลิตจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบและกำหนดภาพเพื่อสร้างโลกที่ชักจูงคนดูให้เข้าไปรับรู้ ติดตาม ดำดิ่งไปกับมันตลอดระยะเวลาที่รับชม ไม่ว่าจะเป็นความรู้ในเรื่องของขนาดภาพ (Type of Shot) และมุมกล้อง (Camera Angle) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างความหมายให้แก่ภาพ รวมถึงการจัดวางวัตถุหรือนักแสดงหน้ากล้อง อันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างกล้องกับสิ่งที่ถูกถ่าย ขึ้นอยู่กับว่าผู้สร้างต้องการจะนำเสนออะไรและอย่างไร (ประวิทย์, 2556) ภาษาภาพที่กล่าวข้างต้นควรจะถูกกำหนดด้วยจุดประสงค์ที่ผู้สร้างต้องการจะสื่อสาร ทั้งในแง่การเล่าเรื่องและการสื่ออารมณ์หรือความคิดเพื่อสื่อความหมาย ถ่ายทอดเรื่องราวและสื่อสารความคิดความรู้สึกของผู้สร้างให้กับคนดูได้รับรู้ด้วย เช่นเดียวกับการเล่าเรื่องผ่านมิวสิกวิดีโอ ที่จำเป็นต้องอาศัยการเล่าเรื่องผ่านภาพเพื่อสื่อความคิดสู่คนดูเช่นกัน โดยในบทวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยหยิบเอาแนวคิดทฤษฎีเรื่องการสื่อความหมายผ่านภาพมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิเคราะห์

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาโดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกคือ (1) เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลที่มีเรื่องราวสื่อความหมายเป็นหลัก มีเส้นเรื่องให้ผู้ชมสามารถติดตามเรื่องราวได้ตั้งแต่ต้นจนจบเพลง (2) เรื่องราวในมิวสิกวิดีโอเกี่ยวข้องกับการสื่อสารของตัวละครผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กหรือสมาร์ทโฟนเป็นสำคัญ และ (3) เป็นผลงานที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2557 - 2563

จากเกณฑ์ข้างต้น ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอที่นำมาวิเคราะห์ทั้งสิ้น 8 เพลง โดยจำแนกเป็นมิวสิกวิดีโอแนวตั้งจำนวน 4 เพลง ประกอบด้วย

1. เพลง “แวะ (Yes?)” ของ วง Rooftop
2. เพลง “Neverland” ของวง OverMe
3. เพลง “กลิ่นหอม” ของ ป๊อด ธนชัย อุชชิน

4. เพลง “ไม่บอก” ของ เป้ อาร์ักษ์ อมรศุภศิริ

และมีวสิกวีดีโอแนวนอน จำนวน 4 เพลง ประกอบด้วย

1. เพลง “ขอ” ของวง Lomosonic
2. เพลง “เมษา” ของวง Fellow Fellow feat. Blacksheep
3. เพลง “ไม่คิดถึงเลย” (Unofficial MV) ของ อิงค์ วรินทร์ เปานิล
4. เพลง “นักเลงคีย์บอร์ด” ของ แสตมป์ อภิวัชร์ Feat. Takeshi Yokemura From YMCK

เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยศึกษาและวิเคราะห์มีวสิกวีดีโอแนวนอนและแนวนอน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์มีวสิกวีดีโอแนวนอนมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับมีวสิกวีดีโอแนวนอนเพื่อหาจุดร่วมและความแตกต่างด้านการเล่าเรื่องและการใช้ภาษาภาพในการเล่าเรื่อง

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้กำกับซีรีส์และมีวสิกวีดีโอจำนวน 3 ท่าน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นเชิงลึกเกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์และมีวสิกวีดีโอแนวนอน

- 2.1 เกรียงไกร วชิรธรรมพร ผู้ควบคุมการผลิต ผู้กำกับซีรีส์และมีวสิกวีดีโอ
- 2.2 ธนิตา หาญทวีวัฒนา ผู้กำกับซีรีส์และมีวสิกวีดีโอ
- 2.3 พิษย จรัสบุญประชา ผู้กำกับซีรีส์และมีวสิกวีดีโอ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์รูปแบบและการเล่าเรื่องในมีวสิกวีดีโอแนวนอนของไทย

ในส่วนของการวิเคราะห์รูปแบบและการเล่าเรื่องในมีวสิกวีดีโอแนวนอนที่ผู้วิจัยเลือกมานั้น พบว่าในแต่ละเพลงมีเรื่องราวที่ถูกเล่าผ่านบทเพลงดังต่อไปนี้

เพลง “แวะ (Yes?)” ของวง Rooftop เปิดเรื่องราวด้วยการพูดคุยกันของตัวละครชายกับตัวละครหญิงผ่านวิดีโอคอล บทสนทนาที่ทั้งสองคุยกันและการได้ยินเสียงเปิดประตูห้องของตัวละครหญิง จนต้องจบการสนทนาก่อนพร้อมการบอกข้อตกลงของทั้งคู่เรื่องการคุยกันผ่านไลน์ ทำให้คนดูอนุมานได้ว่าทั้งสองคนแอบคบกัน โดยที่ฝ่ายหญิงมีแฟนอยู่แล้ว จากนั้นมีวสิกวีดีโอเล่าเรื่องผ่านมุมมองของฝ่ายชายโดยเล่าผ่านแอปพลิเคชันและสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่ฝ่ายชายใช้บนสมาร์ทโฟนตลอดทั้งเพลง ไม่ว่าจะเป็น ไลน์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ วิดีโอคอล กล้องมือถือ คนดูได้เห็นความสัมพันธ์ลับ ๆ ท่ามกลางเนื้อหาของบทเพลงที่เกี่ยวข้องกับความคลุมเครือในความสัมพันธ์ของตัวละคร เมื่อเหตุการณ์ผ่านไปทำให้ฝ่ายชายเรียนรู้และตัดสินใจขอลอกจากสถานะความสัมพันธ์ที่เป็นอยู่ด้วยการถ่ายตั้งกล้องถ่ายคลิปบอกความรู้สึกอัดอั้นกับสถานะที่เป็นอยู่ ส่งไปให้ฝ่ายหญิงในไลน์พร้อมรูปเค้กอวยพรวันเกิด ก่อนที่จะกดปุ่มบล็อกคู่สนทนาอันเป็นการยุติความสัมพันธ์

เพลง “Neverland” ของวง OverMe เปิดภาพเรื่องราวที่คู่รักบันทึกกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทั้งสองคนทำด้วยกัน เรียงร้อยเป็นเรื่องราวในไทม์ไลน์บนไอจีสตอรี่ (หนึ่งในรูปแบบการใช้งานของอินสตาแกรม) ไม่ว่าจะเป็นการออกไปเที่ยวข้างนอก ไปซื้อของ การแอบถ่ายพฤติกรรมของแต่ละฝ่าย จนถึงวันหนึ่งเมื่อฝ่ายชายจับได้ว่าฝ่ายหญิงแอบไปคบกับผู้ชายคนอื่น ฝ่ายชายแอบสะกดรอยตามและบันทึกเหตุการณ์ที่ฝ่ายหญิงเดินทางออกไปทานอาหารมื้อค่ำกับผู้ชายอีกคน โดยที่คนดูรับรู้เหตุการณ์ผ่านไอจีสตอรี่ ของฝ่ายชาย นำไปสู่จุดสิ้นสุดความสัมพันธ์ของทั้งสอง

เพลง “ไม่บอก” ของ เป้ อารักษ์ อมรศุภศิริ บอกเล่าเรื่องราวความรักของคู่รักผ่าน การไลฟ์บนเฟซบุ๊กเพื่อให้คนดูได้เห็นความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่าง ๆ และความสัมพันธ์ของทั้งคู่ และให้คนดูพิมพ์ข้อความพูดคุยกัน ผสมผสานไปกับการถ่ายภาพ และโพสต์ลงไปในไอจีสตอรี่ จนความสัมพันธ์ของคู่รักคู่นี้สิ้นสุดลง ฝ่ายหญิงโพสต์ หน้าจอตำลงไปในไอจีสตอรี่ และหลังจากนั้นเวลาที่ฝ่ายหญิงไลฟ์หรือโพสต์เรื่องราว ความเคลื่อนไหวของตัวเองก็ไม่มีฝ่ายชายปรากฏตัวให้เห็นอีกเลย ซึ่งคนดูสามารถรับรู้ได้ว่าฝ่ายหญิงได้เลิกกับฝ่ายชายไปแล้ว

จากมิมิสิกวีดีโอแนวตั้งที่นำเสนอเรื่องราวความรักที่ไม่สมหวังทั้งสามเพลง (แะ (Yes?), Neverland, ไม่บอก) พบว่า ทั้งสามเพลงมีจุดร่วมสำคัญอย่างหนึ่งคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และคุณสมบัติการใช้งานต่าง ๆ ของสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องและถ่ายทอดความสัมพันธ์ของตัวละครในมิมิสิกวีดีโอ ไม่ว่าจะเป็นการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการพูดคุย การใช้วิดีโอคอลในการพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา การใช้อินสตาแกรมในการโพสต์ภาพและบันทึกภาพเคลื่อนไหวลงในไอจีสตอรี่ รวมไปถึงไลฟ์ผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์พูดคุยกับผู้ชมได้ตามเวลาจริง เป็นต้น

ในส่วนแนวคิดหลักของเรื่องราวในมิมิสิกวีดีโอแนวตั้งทั้ง 3 เพลง คือการถ่ายทอดเรื่องราวความสัมพันธ์ของคนในยุคปัจจุบันที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ใช้ชีวิต ดำเนิน และยุติความสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว ผู้สร้างสรรค์มิมิสิกวีดีโอเลือกใช้วิธีการเล่าเรื่องผ่านกิจกรรมบนหน้าจอสมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะเป็นการคุยผ่านแอปพลิเคชันไลน์ การพูดคุยผ่านวิดีโอคอล การใช้ อินสตาแกรม การถ่ายรูปผ่านกล้องมือถือและโพสต์รูปส่งกันไปมา การถ่ายคลิปวีดีโอและโพสต์ เรื่องราวส่วนตัวลงไปในไอจีสตอรี่ การปฏิสัมพันธ์ในทวิตเตอร์ ทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นล้วนสะท้อน พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนของคนในยุคสมัยนี้จนสามารถพัฒนาเป็นเรื่องราวประกอบบทเพลง ผู้ชมมิมิสิกวีดีโอเองก็เปรียบเสมือนคนที่กำลังดูความเคลื่อนไหวของตัวละครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเมื่อแอปพลิเคชันเหล่านี้ล้วนอยู่บนหน้าจอสมาร์ทโฟนอยู่แล้ว ทำให้นิทาที่ถูกลำเสนอสอดคล้อง กับรูปแบบการรับชมผ่านสมาร์ทโฟนในแนวตั้งได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ผู้สร้างสรรค์มิมิสิกวีดีโอทั้ง 3 เพลงถ่ายทอดเนื้อหาที่เล่าเรื่องความรักที่ไม่สมหวัง โดยใช้ตัวละครวัยรุ่นในการดำเนินเรื่องทั้งสิ้น โดยเพลง “แะ (Yes?)” นำเสนอจุดจบความสัมพันธ์

ในฉากที่ฝ่ายชายตั้งกล้องมือถือบันทึกภาพตัวเองพูดบอกเลิกความสัมพันธ์กับฝ่ายหญิงและส่งให้ในไลน์ก่อนจะตัดสินใจตีสินใจกดปุ่ม Block รายชื่อของฝ่ายหญิง เพลง Neverland มีจุดจบความสัมพันธ์ผ่านฉากที่ฝ่ายชายแอบถ่ายวิดีโอที่ฝ่ายหญิงไปเที่ยวกับชายอื่นและโพสต์ลงผ่านไอจีสตอรี่ และเพลง “ไม่บอก” คนดูรับรู้ความสัมพันธ์ที่จบลงของคู่รักด้วยการเห็นจอตาบนไอจีสตอรี่ของฝ่ายหญิง และการไลฟ์ของฝ่ายหญิงเพียงคนเดียวพร้อมคำถามของคนที่เข้ามาว่าแฟนของเธอไปไหน จากฉากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าผู้กำกับมิวสิกวิดีโอเล่าเรื่องจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์และจุดจบความสัมพันธ์ผ่านรูปการใช้งานของคนในสื่อสังคมออนไลน์และสามารถสะท้อนรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคนี้ได้เป็นอย่างดี

แม้ว่ามิวสิกวิดีโอเพลง “กลืนหอม” ใช้รูปแบบเน้นการเล่าเรื่องเป็นหลัก แต่จุดที่แตกต่างจากสามเพลงข้างต้น คือ แนวคิดหลักของเพลงนี้เป็นการถ่ายทอดแรงบันดาลใจและการเริ่มต้นวันใหม่ด้วยความรู้สึกดี ๆ โดยใช้เรื่องกลืนหอมของกาแฟมาเป็นสิ่งที่จุดประกายให้ผู้คนออกไปตามหาความฝันและความหมายในการใช้ชีวิต โดยมิวสิกวิดีโอเพลงนี้มีการผสมผสานการถ่ายเล่นร้องของนักร้องในสตูดิโอร้อยเรียงไปกับภาพเคลื่อนไหวในแอปพลิเคชันต่าง ๆ บนสมาร์ตโฟน เช่น อินสตาแกรม วิดีโอคอล รวมถึงการขึ้นข้อความแฮชแท็ก ซึ่งเป็นสิ่งที่พบเห็นได้บนหน้าจอสมาาร์ทโฟน ซึ่งผู้กำกับเลือกใช้สีและแสงที่ดูสดใส เป็นธรรมชาติ ให้ความรู้สึกเบิกบานใจสอดคล้องกับเนื้อหาของเพลง

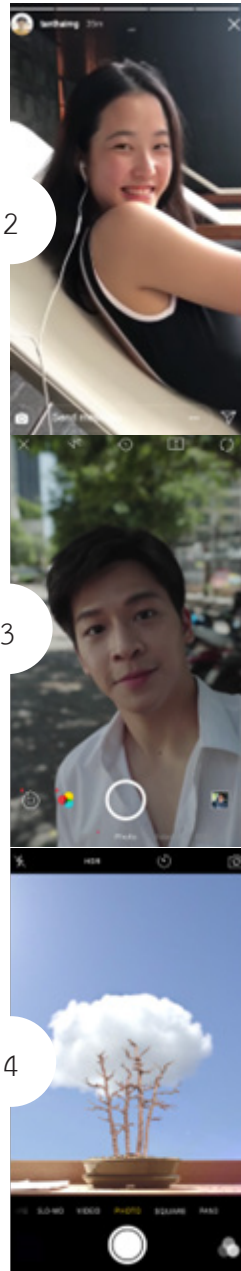
2. การวิเคราะห์การใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งของไทย

“วิธีคิดของวิดีโอแนวตั้งไม่ใช่การถ่ายวิดีโอแนวนอนแล้วมาตัดขอบให้เป็นแนวตั้ง แต่คือการจัดวางองค์ประกอบในกรอบภาพใหม่ เปรียบเหมือนกับการซึ่งผ้าใบเป็นแนวตั้ง เราก็จะต้องวาดผ้าใบในแนวตั้งให้สวย มันก็เลยทำให้วิธีคิดเปลี่ยนไปอีกทางหนึ่ง” (เกรียงไกร วชิรธรรมพร, สัมภาษณ์, 2563)

เมื่อผู้สร้างสรรค์งานเริ่มเห็นความเป็นไปได้ของการถ่ายทำวิดีโอแนวตั้งเพื่อการรับชมบนจอสมาาร์ทโฟนโดยเฉพาะ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดในแง่ของการจัดการพื้นที่กรอบภาพบนจอ กล่าวคือ แต่เดิมที่ผู้กำกับหรือผู้กำกับภาพจะต้องจัดการกับวัตถุและพื้นที่บนกรอบแนวนอน ก็จะต้องปรับเปลี่ยนมาจัดการกับกรอบภาพแนวตั้งแทน ดังนั้นแนวคิดเรื่องการใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อความหมายในกรอบภาพแนวตั้งจึงเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ผู้วิจัยหยิบมาใช้ในการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอแนวตั้งควบคู่ไปกับการเปรียบเทียบวิธีการใช้ภาพในการสื่อสารของมิวสิกวิดีโอแนวนอนด้วย โดยสามารถแบ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจได้ดังนี้

2.1 การจัดวางบุคคลและวัตถุในกรอบภาพแนวตั้ง

เมื่อนำมิวสิกวิดีโอแนวตั้งของไทยจำนวน 4 เพลงมาวิเคราะห์ในด้านการเทคนิคการถ่ายทำและการเล่าเรื่องด้วยภาพ พบว่าสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์วิทัศน์แนวตั้งต้องคำนึงเป็นอย่างแรก คือ การถ่ายภาพเคลื่อนไหวถูกกำหนดให้ถ่ายในระนาบแนวนอนมาแต่ไหนแต่ไร มนุษย์เคยชินกับการรับชมภาพเคลื่อนไหวในแนวนอนและการกวาดสายตาส่ายขวาขณะรับชม แต่รูปแบบการถ่าย



วิดิทัศน์แนวตั้งบังคับให้ผู้ถ่ายต้องตั้งกล้องถ่ายในแบบการถ่ายภาพบุคคล (Portrait) ทำให้พื้นที่แนวกว้างในกรอบภาพถูกตัดออกและเพิ่มพื้นที่ในแนวสูงแทน ส่งผลให้การถ่ายทำจึงเน้นการถ่ายให้เห็นบุคคลหรือวัตถุที่มีความสำคัญในการเล่าเรื่อง ดังนั้นการจัดวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่กึ่งกลางจึงเป็นหัวใจสำคัญของการถ่ายวิดิทัศน์แนวตั้ง ซึ่งการจัดวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่กึ่งกลางกรอบภาพปรากฏให้เห็นในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งทุกเพลง เนื่องมาจากพื้นที่จำกัดของกรอบภาพนั่นเอง

ภาพที่ 2 - 4 แสดงการจัดวางบุคคลและวัตถุตรงกึ่งกลางในกรอบภาพแนวตั้ง ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2566.
จาก <https://www.youtube.com/watch?v=wYfyjOIHLb0>
https://www.youtube.com/watch?v=Dt_Xw0129Ww
<https://www.youtube.com/watch?v=llyQkS7sVPE>

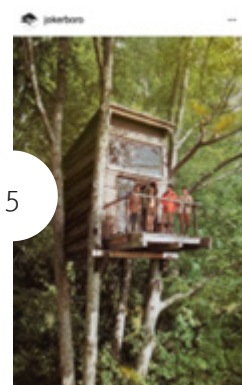
นอกจากการจัดวางบุคคลหรือวัตถุในกรอบภาพแนวตั้งแล้ว วิดิทัศน์แนวตั้งมีข้อจำกัดในเรื่องการจัดวางบุคคลสองคนในฉากพูดคุยกันในกรอบภาพเดียว เพราะพื้นที่แนวตั้งมีจำกัดเหมาะสำหรับการจัดวางคนในกรอบภาพเพียงคนเดียวมากกว่า ข้อจำกัดนี้ท้าทายให้ผู้สร้างสรรค์วิดิทัศน์แนวตั้งต้องคิดค้นวิธีการในการจัดวางตัวละครเสียใหม่ โดยอาจจะใช้วิธีการถ่ายคนเดียวในช็อตหนึ่งตัดสลับกับคู่สนทนาอีกช็อตหนึ่ง หรือใช้วิธีการแพนกล้องไปตามบุคคลที่กำลังพูดอยู่แทน

“ช็อตบาง อย่างที่มันได้ผลในการถ่ายแนวนอน แต่พอมาทำเป็นแนวตั้งแล้วมันแปลก เช่น สมมติว่าเราถ่ายตัวละครหันข้างมองหน้ากัน

ปกติถ้าเป็นหนึ่งแนวนอน เราสามารถวางตัวละครไว้กลางเฟรมได้ แต่พอถ่ายเป็นแนวตั้งพื้นที่ด้านข้างถูกตัดออกไปเหลือแคบมาก เวลาตัดต่อจะเหมือนคนชนกัน มันไม่เหลือพื้นที่ และมันทำให้อึดอัดขึ้นมาก ๆ และให้ความรู้สึกเหมือนตัวละครหันหลังชนกัน เพราะเราเห็นทัศนวิสัยน้อยเกินไป วิธีแก้ปัญหาคือจะต้องตั้งกล้องให้ห่างออกมาอีกหน่อยเพื่อให้เกิดพื้นที่และยืนยันตำแหน่งการยืนของตัวละคร” (เกรียงไกร วชิรธรรมพร, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2563)

2.2 ขนาดและระยะของภาพในมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง

ขนาดและระยะของภาพเป็นอีกหนึ่งไวยากรณ์การบันทึกภาพเคลื่อนไหวที่ยังคงใช้แนวคิดเดียวกับระยะภาพของวิดิทัศน์แนวนอน จากการวิเคราะห์การเลือกใช้ภาพระยะต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอ แนวตั้งทั้ง 4 เพลง พบว่า เนื่องจากเนื้อหาของมิวสิกวิดีโอนำเสนอเหตุการณ์ตัวละคร



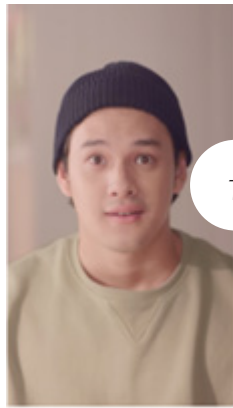
5

บันทึกภาพชีวิตประจำวันของตัวเองโพสต์ลงสื่อสังคมออนไลน์ วัดอุปพระสงฆ์ ในการโพสต์เป็นการถ่ายเพื่อเน้นกิจกรรมที่ตัวเองทำมากกว่าการถ่ายภาพ เพื่อเน้นความสวยงามเชิงสุนทรีย์ ระยะเวลาที่ถูกนำมาใช้จึงเน้นไปที่การ ถ่ายบุคคลทั้งลักษณะเต็มตัว (Full Shot) และเห็นครึ่งตัว (Medium Shot) เสียเป็นส่วนใหญ่ ระยะเวลาที่ถูกใช้ในมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง สามารถจำแนก ได้ ดังต่อไปนี้

- ภาพที่ 5 ภาพระยะไกล (Long Shot) ภาพขนาดนี้เผยให้เห็นสถานที่ที่เกิด เหตุการณ์โดยมีตัวละครอยู่ในเหตุการณ์นั้นในระยะไกล



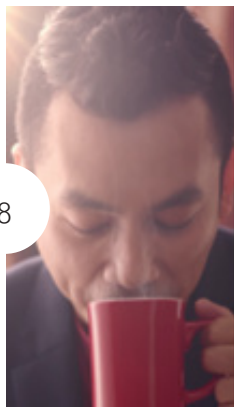
6



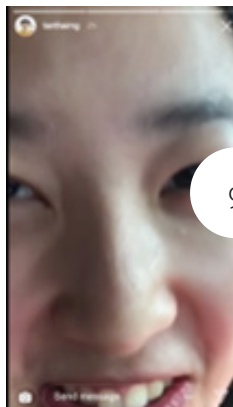
7

- ภาพที่ 6 ภาพเต็มตัว (Full Shot) เผยให้เห็น ขนาดของบุคคลเต็มตัว ศีรษะและเท้าจะอยู่ใกล้ กับขอบบนและขอบล่างของภาพ มองเห็นรายละเอียดของรูปร่างและเครื่องแต่งกายได้ชัดเจน

- ภาพที่ 7 ภาพขนาดปานกลาง (Medium Shot) ภาพเผยให้เห็นตั้งแต่ส่วนเอวของตัวละครขึ้นไป สามารถเห็นอากัปกิริยาท่าทางของตัวละครและ การแสดงออกทางสีหน้าได้ชัดเจนขึ้น



8



9

- ภาพที่ 8 ภาพระยะใกล้ (Close-up) เป็นระยะ ที่เห็นรายละเอียดของวัตถุที่ถูกถ่ายชัดเจนมากยิ่ง ขึ้น เป็นการเน้นให้เห็นความสำคัญของวัตถุที่ ถูกถ่าย หรือแสดงสีหน้าอารมณ์ของตัวละครได้ ผู้ชมได้ใกล้ชิดตัวละครมากขึ้นกว่าเดิม

- ภาพที่ 9 ภาพระยะใกล้ที่สุด (Extreme Close-up) เป็นระยะที่เจาะจงเฉพาะสิ่งที่มีขนาดเล็กมาก เช่น ดวงตาหรือปากของตัวละคร มักใช้เพื่อเน้น ความสำคัญของสิ่งที่ถูกถ่าย แต่ไม่ใช่ระยะภาพที่ พบได้บ่อย ๆ

ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2566.

<https://www.youtube.com/watch?v=wYfyjOIHLb0>

https://www.youtube.com/watch?v=Dt_Xw0129Ww

<https://www.youtube.com/watch?v=llyQkS7sVPE>

เกรียงไกร (สัมภาษณ์, 2563) มีความเห็นต่อ เรื่องขนาดและระยะของภาพในวิดีโอแนวดิ่ง ว่าในแง่ของการเล่าเรื่องในซีรีส์หรือภาพยนตร์ ภาพระยะไกลสุดหรือภาพระยะไกล ถูกใช้เพื่อ สร้างการรับรู้ให้ผู้ชมเห็นว่าเหตุการณ์เกิดขึ้น ที่ไหน ดังนั้นการใช้ภาพขนาดไกลสุดจึงไม่เกิด ปัญหาในการถ่ายทำวิดีโอแนวนอน เพราะมีพื้นที่ มากพอให้คนดูได้เห็นอาณาบริเวณของสถานที่

ที่เกิดเหตุการณ์ แต่สำหรับวีดิทัศน์แนวตั้งกลับสูญเสียพื้นที่ในแนวกว้างไป ดังนั้นวิธีการแก้ปัญหา คือต้องใช้วิธีการแพนกล้องให้เห็นภาพรวมของสถานที่เพื่อทดแทนพื้นที่ในกรอบภาพที่ถูกตัดออกไป

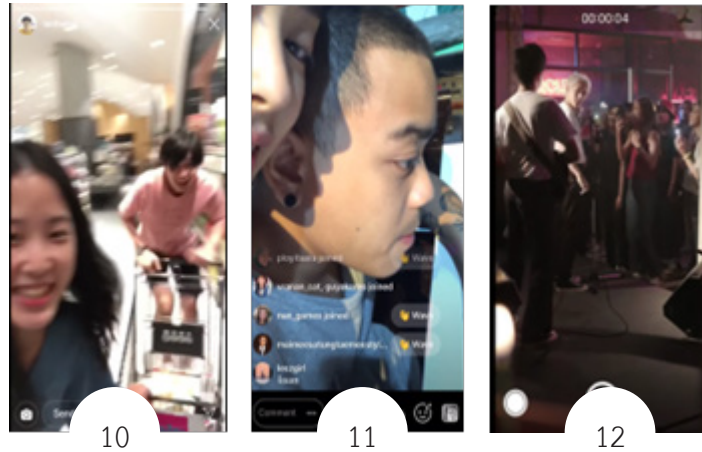
สำหรับภาพขนาดใกล้เคียงก็มีข้อจำกัดในการถ่ายทำวิดีโอแนวตั้งเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะ การถ่ายให้เห็นดวงตาของนักแสดงในระยะใกล้สุด หากเป็นการถ่ายวีดิทัศน์แนวนอน ผู้สร้างสรรค์ สามารถถ่ายโดยให้เห็นตาทั้งสองข้างได้ในช็อตเดียว แต่ไม่สามารถทำได้ในการถ่ายวีดิทัศน์แนวตั้ง อันเนื่องมาจากตาของมนุษย์มีระนาบซ้ายขวา ขณะที่กรอบภาพแนวตั้งมีระนาบบนล่าง ข้อจำกัด นี้ยังคงเป็นโจทย์ที่ท้าทายให้กับผู้สร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนวิธีคิดในการนำเสนอภาพเพื่อการ สื่อความหมายในวีดิทัศน์แนวตั้งต่อไป

2.3 การถ่ายภาพแบบมือสมัครเล่น

เนื่องจากสมาร์ตโฟนมีกล้องถ่ายรูปและกล้องวิดีโอติดมากับอุปกรณ์อยู่แล้ว ผู้ใช้งานจึง สามารถหยิบสมาร์ตโฟนขึ้นมาถ่ายภาพหรือถ่ายเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ ภาพเคลื่อนไหวในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีลักษณะเหมือนคนกำลังถือกล้องบันทึกเหตุการณ์ มีการเคลื่อนกล้องไปตามวัตถุที่เคลื่อนไหวแบบไม่พิถีพิถัน ถ่ายด้วยความเร่งรีบ มีลักษณะของ การแอบถ่าย มีความเป็นมือสมัครเล่น ผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพียงเพื่อบันทึก เหตุการณ์ที่อยู่ตรงหน้าโดยไม่ได้นิ่งถึงความสวยงามเชิงสุนทรียะ สอดคล้องกับที่ชยัญช (2560) กล่าวไว้ว่า หากเป็นคลิปที่ถ่ายด้วยความเร่งรีบ เช่น แอบถ่าย มักจะพบว่าเป็นการถ่ายภาพแนวตั้ง เพราะมีความสะดวกในการถือมากกว่าแนวนอน ซึ่งเราจะเห็นได้จากคลิปที่อยู่ในรายการข่าว ต่าง ๆ จากโทรทัศน์ หรือคลิปที่ถูกแชร์ในโซเชียลมีเดียจำนวนมาก มักเป็นคลิปแนวตั้ง

การเลือกใช้เทคนิคการถ่ายภาพนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเล่าเรื่องและผลทาง ความรู้สึกที่ผู้สร้างสรรค์ต้องการสื่อสารด้วย เพราะการใช้เทคนิคให้ตัวละครถือกล้องมือถือนำและ โพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้ดูเรื่องราวความเคลื่อนไหวในแอปพลิเคชัน ที่ตัวละครใช้อยู่จริง ๆ มิวสิควิดีโอแนวตั้งเพลง แวะ (Yes?), Neverland และ ไม่บอก นำเสนอภาพ เหตุการณ์ที่ตัวละครถ่ายในชีวิตประจำวันของตัวเองโพสต์ลงสื่อสังคมออนไลน์ หรือไม่ก็การถ่าย ใบหน้าตัวเองด้วยกล้องหน้าตามความเคยชินในการใช้งาน ดังนั้นภาพที่ถูกนำเสนอในเพลงดังกล่าว จึงมีลักษณะเหมือนการบันทึกวิดีโอในชีวิตประจำวัน ไม่ได้พิถีพิถันหรือคำนึงถึงความสวยงาม แต่อย่างใด ในขณะที่เพลง กลิ่นหอม ใช้เทคนิคการถ่ายทำที่คำนึงด้านการจัดวางองค์ประกอบ ต่าง ๆ ในกรอบภาพแนวตั้งอย่างพิถีพิถัน เพื่อความสวยงามและสื่อความหมายให้กับเนื้อหาใน มิวสิควิดีโอ

พิชย จรัสบุญประชา (สัมภาษณ์, 2563) ผู้กำกับมิวสิควิดีโอ แสดงความเห็นว่ หนึ่งใน เหตุผลที่ผู้กำกับเลือกใช้การเล่าเรื่องผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือมาสร้างสรรค์ผลงานมิวสิควิดีโอ อาจจะเป็นเพราะข้อจำกัดด้านงบประมาณในการถ่ายทำ ซึ่งหากทำมิวสิควิดีโอที่มีความพิถีพิถัน ในด้านการกำกับภาพก็อาจจะต้องใช้ประมาณจำนวนมาก ดังนั้น การเลือกใช้วิธีการเล่าเรื่องผ่าน สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งานคุ้นเคยอยู่แล้วและปรับวิธีการถ่ายให้เป็นรูปแบบแนว ตั้ง นอกจากการได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่แล้ว ยังช่วยในการประหยัดงบประมาณในการถ่ายทำอีกด้วย



ภาพที่ 10-12 แสดงการถ่ายทอดเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันที่ตัวละครใช้สมาร์ทโฟนบันทึกในมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2566.

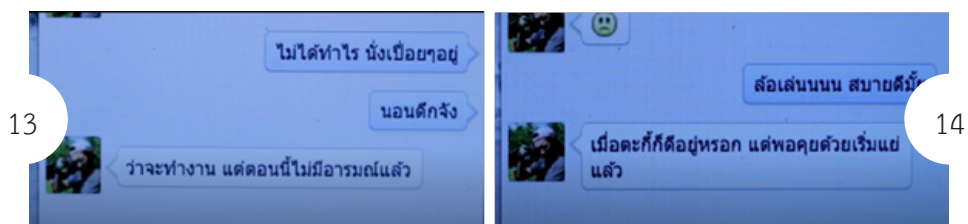
จาก <https://www.youtube.com/watch?v=wYfyjOIHLb0>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZGlokkoTN0E>

https://www.youtube.com/watch?v=Dt_Xw0129Ww

2.4 การนำเสนอภาพการสนทนาของตัวละครผ่านสมาร์ทโฟน

เมื่อผู้สร้างสรรค์มองเห็นว่าพวกเขาสามารถนำเสนอเรื่องราวความสัมพันธ์ของคู่รักและใช้ประโยชน์ในการเล่าเรื่องผ่านการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ บนสมาร์ทโฟน ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบมิวสิกวิดีโอแนวตั้งที่สอดคล้องกับการรับชมผ่านสมาร์ทโฟนในแนวตั้งได้ โดยในความเป็นจริงแล้ววิธีการเล่าเรื่องผ่านช่องทางออนไลน์นั้นถูกนำเสนอมาตั้งแต่การถ่ายทำมิวสิกวิดีโอแนวนอนมาก่อนแล้ว



ภาพที่ 13-14 แสดงภาพการสนทนาโต้ตอบกันบนโปรแกรมสนทนาในมิวสิกวิดีโอแนวนอน

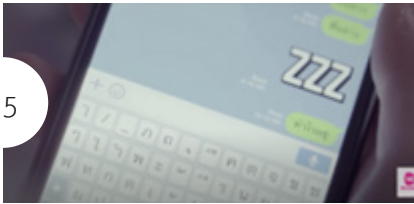
ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2566.

จาก <https://www.youtube.com/watch?v=tUuqWFExZgY>

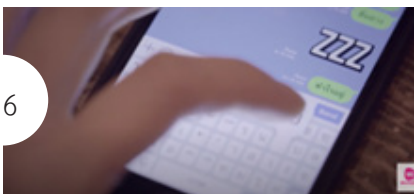
โดยผู้สร้างสรรค์เล่าเรื่องโดยให้ตัวละครได้พูดคุยสื่อสารทางแอปพลิเคชันบนคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแทน เพื่อผลในการถ่ายทอดภาพให้สวยงามและมีรายละเอียดที่ให้ผู้ชมมองเห็นได้อย่างทั่วถึง ยกตัวอย่างเช่น เพลง “ขอ” ของวง Lomosonic ที่ผู้สร้างสรรค์ใช้โปรแกรมสนทนาของเฟซบุ๊กและนำเสนอบทสนทนาโต้ตอบกันของตัวละครผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ตัดสลับกับเหตุการณ์ความรักในอดีตที่ตัวละครใช้เวลาไปด้วยกัน

มิวสิกวิดีโอแนวอนเพลง “เมษา” ของวง *fellow fellow feat. Blacksheep* ผู้กำกับเลือกวิธีการเล่าเรื่องความสัมพันธ์ของตัวละครโดยที่ผู้ชมจะรับรู้เรื่องราวผ่านกิจกรรมการใช้งานโปรแกรมต่าง ๆ บนหน้าจอคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเช่นเดียวกับเพลง “ขอ” ของวง Lomosonic ไม่ว่าจะเป็นความพยายามติดต่อกันผ่านโปรแกรมไลน์ การคลิกเข้าไปดูรูปภาพและคลิปวิดีโอเก่า ๆ ที่ตัวละครเคยทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยกัน เพื่อสื่อให้คนดูเห็นว่าฝ่ายชายยังคงหวนหาอารมณ์ฝ่ายหญิงที่เลิกรากันไปแล้ว เห็นได้ว่าหากผู้สร้างสรรค์ต้องการเล่าเรื่องราวที่เกาะเกี่ยวอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชันสำหรับการติดต่อสื่อสาร การเลือกเล่าเรื่องผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ก็เป็นแนวทางในการถ่ายทอดเรื่องราวให้สอดคล้องกับรูปแบบแนวอนของหน้าจอได้

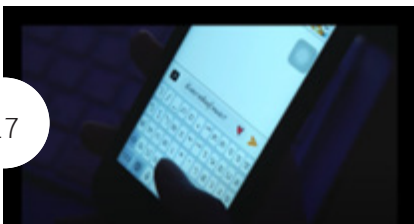
15



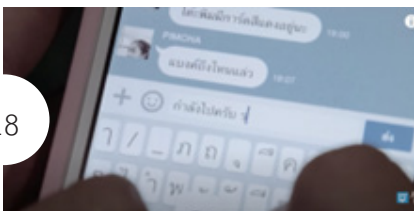
16



17



18



หากผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอแนวอนต้องการเล่าเรื่องที่ต้องใช้การพูดคุยหรือพิมพ์ข้อความผ่านสมาร์ทโฟน แนวคิดคิดเบื้องต้นที่ผู้สร้างสรรค์สามารถนำเสนอออกมาได้ 2 วิธี คือ

1. การถ่ายหน้าจอสมาร์ทโฟนเพื่อให้เห็นข้อความหรือหากให้ตัวละครพิมพ์ข้อความก็จะถ่ายให้เห็นนิ้วที่กำลังพิมพ์ข้อความด้วย ดังปรากฏให้เห็นในมิวสิกวิดีโอเพลง “ไม่คิดถึงเลย” (Unofficial MV) และเพลง “นักเลงคีย์บอร์ด” ในฉากที่ตัวละครกำลังพิมพ์ข้อความ ซึ่งใช้วิธีการเล่าเรื่องด้วยภาพในรูปแบบเดียวกัน

ภาพที่ 15-18 แสดงวิธีการสื่อสารด้วยภาพในฉากที่ตัวละครสนทนาผ่านสมาร์ทโฟนในมิวสิกวิดีโอแนวอน
ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2566.จาก <https://www.youtube.com/watch?v=ll1K7abe-ek&t=85s>

2 การใส่ข้อความบทสนทนาบนจอประกอบไปกับภาพของตัวละครที่กำลังพิมพ์สื่อสารไปด้วย ดังจะเห็นได้จากมิวสิกวิดีโอเพลง “ไม่คิดถึงเลย” (Unofficial MV) และ เพลง “นักเลงคีย์บอร์ด” วิธีการนี้เป็นวิธีที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการเล่าเรื่องในฉากการพูดคุยกันผ่านสมาร์ทโฟนในวิดีโอทัศน์แนวนอน เพราะนอกจากคนดูจะได้รับรู้สิ่งที่ตัวละครคุยกันแล้ว ยังสามารถเห็นสีหน้าและปฏิกิริยาของตัวละครขณะที่กำลังพิมพ์ข้อความในเวลาเดียวกันอีกด้วย



19



20

ภาพที่ 19-20 แสดงวิธีการสื่อสารด้วยภาพในฉากที่ตัวละครสนทนาผ่านสมาร์ทโฟนในมิวสิกวิดีโอแนวนอน ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2566. จาก <https://www.youtube.com/watch?v=ll1K7abe-ek&t=85s> และ <https://www.youtube.com/watch?v=xNpwwqGc5j4>

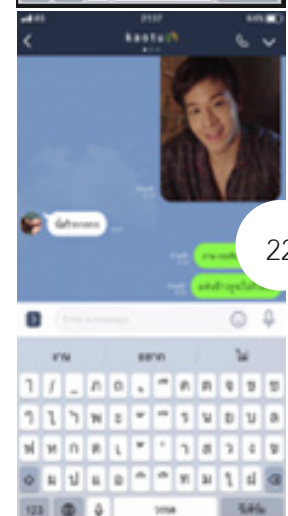
ในขณะที่มิวสิกวิดีโอเพลง “แะ” (Yes?) ด้วยความตั้งใจของผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอแนวตั้งที่ต้องการเล่าเรื่องราวของคู่รักผ่านการพูดคุยในแอปพลิเคชันต่าง ๆ บนสมาร์ทโฟน ดังนั้นการพิมพ์ข้อความสนทนาจึงเกิดขึ้นภายใต้รูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชัน รวมไปถึงการใช้เสียงประกอบข้อความเข้าและเสียงกดตัวอักษรบนแป้นพิมพ์สมาร์ทโฟนที่ผู้ใช้งานคุ้นเคย ซึ่งระหว่างการสนทนา ผู้ชมจะไม่ได้เห็นสีหน้า ความรู้สึกของตัวละครที่กำลังพิมพ์ข้อความอยู่เหมือนอย่างที่มีมิวสิกวิดีโอแนวนอนนำเสนอ

ภาพที่ 21-22 แสดงหน้าจอการสนทนาผ่านสมาร์ทโฟนในมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง ที่มา: Youtube. (2566). สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2566. จาก https://www.youtube.com/watch?v=Dt_Xw0129Ww

จากการนำเสนอภาพรูปแบบการพูดคุยสื่อสารในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งและแนวนอนที่ผู้วิจัยได้กล่าวไป จะเห็นได้ว่า ผู้กำกับสามารถออกแบบสร้างสรรค์ภาพการสื่อสารพูดคุยผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้หลากหลายกว่ามิวสิกวิดีโอแนวตั้ง เนื่องจากพื้นที่แนวนอนเอื้อให้เกิดการจัดองค์ประกอบภาพได้มากกว่า ขณะที่มิวสิกวิดีโอแนวตั้ง การแสดงหน้าจอของแอปพลิเคชันถูกออกแบบมาให้พอดี



21



22

กับหน้าจอแนวตั้งของโทรศัพท์มือถือ แม้ว่าผู้กำกับจะไม่สามารถออกแบบภาพได้หลากหลาย แต่ข้อได้เปรียบคือการช่วยให้ผู้ชมมีสิทธิวิทัศน์ผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือรู้สึกถึงความสมจริงในมิวสิกวิดีโอประหนึ่งเหมือนผู้ชมกำลังอ่านข้อความการสนทนาผ่านแอปพลิเคชันนั้นอยู่จริง ๆ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นข้างต้น สามารถนำมาสรุปได้ดังต่อไปนี้

ด้านรูปแบบและกลวิธีการเล่าเรื่องของมิวสิกวิดีโอแนวตั้ง จะเห็นได้ว่าจุดร่วมสำคัญของการเล่าเรื่องในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และคุณสมบัติการใช้งานต่าง ๆ ของสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องและถ่ายทอดความสัมพันธ์ของตัวละครในมิวสิกวิดีโอ ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์พูดคุยกับผู้ชมได้ตามเวลาจริง นับได้ว่าผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอมีความคิดสร้างสรรค์ในการขยายขอบเขตของบริบทในการเล่าเรื่องให้มีความสอดคล้อง เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของผู้คนในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังช่วยสร้างความแปลกตาและอารมณ์ที่แปลกออกไปจากการดูอะไรแบบเดิม อีกด้วย นอกจากนี้ผู้สร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอเลือกใช้วิธีการเล่าเรื่องผ่านกิจกรรมบนหน้าจอสมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะเป็นการคุยผ่านแอปพลิเคชันไลน์ การพูดคุยผ่านวิดีโอคอล การใช้อินสตาแกรม การถ่ายรูป ผ่านกล้องมือถือและโพสต์รูปส่งกันไปมา การถ่ายคลิปวิดีโอและโพสต์เรื่องราวส่วนตัวลงในไอจีสตอรี่ การปฏิสัมพันธ์ในทวิตเตอร์ ทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นล้วนสะท้อนพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนของคนในยุคสมัยนี้จนสามารถพัฒนาเป็นเรื่องราวประกอบบทเพลง ผู้ชมมิวสิกวิดีโอก็เปรียบเสมือนคนที่กำลังดูความเคลื่อนไหวของตัวละครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเมื่อแอปพลิเคชันเหล่านี้ล้วนอยู่บนหน้าจอสมาร์ทโฟนอยู่แล้ว ทำให้เนื้อหาที่ถูกนำเสนอสอดคล้องกับรูปแบบการรับชมผ่านสมาร์ทโฟนในแนวตั้งได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการใช้ภาษาภาพในการสื่อความหมายของผู้กำกับมิวสิกวิดีโอแนวตั้งนั้น เนื่องจากพื้นที่แนวตั้งมีข้อจำกัดที่แตกต่างจากพื้นที่แนวนอน ดังนั้นการจัดวางบุคคลและวัตถุ รวมถึงขนาดและระยะของภาพเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงในการออกแบบงานภาพเพื่อการสื่อความหมายและการนำเสนอความงามเชิงสุนทรียะบนพื้นที่แนวตั้ง ทั้งการจัดวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพและการเลือกใช้ภาพระยะปานกลางและระยะใกล้เป็นหลักเพื่อเน้นไปที่ตัวบุคคลหรือวัตถุมากกว่าการนำเสนอฉากหลังหรือเน้นความงามของสถานที่ด้วยภาพระยะไกลมากหรือระยะไกล

นอกเหนือจากรูปแบบและกลวิธีการเล่าเรื่องในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งที่ผู้วิจัยหยิบมาวิเคราะห์และสรุปผลแล้วนั้น วิธีการสื่อสารภาพในมิวสิกวิดีโอแนวตั้งสามารถขยายไปสู่ประเด็นเกี่ยวกับข้อจำกัดของการถ่ายวิดีโอที่แนวตั้ง กล่าวคือเมื่อกรอบภาพถูกปรับเปลี่ยนจาก แนวนอนสู่แนวตั้ง ในบางครั้งการใช้องค์ความรู้ด้านการจัดองค์ประกอบภาพในแนวนอนกลับไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการจัดการพื้นที่ในกรอบภาพแนวตั้งได้หมดทุกอย่าง ทั้งองค์ความรู้เรื่องเทคนิควิธีการถ่ายทำ การเปลี่ยนวิธีคิดในเรื่องการจัดองค์ประกอบภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ใหม่หมดเพราะกรอบภาพเปลี่ยนไปจากความคุ้นชินกับการถ่ายทำในแนวนอนมาโดยตลอด นับเป็นความท้าทายอีกขั้นหนึ่งที่คนทำงานสายวิชาชีพต้องเรียนรู้ตลอดกระบวนการ รวมไปถึงแนวทางการสร้างสรรค์เรื่องราวและ

วิธีการเล่าเรื่องให้มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของกรอบภาพแนวดั้งก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับที่เกรียงไกร (สัมภาษณ์, 2563) แสดงความเห็นว่าเป็นแนวตั้งของกรอบภาพ มีผลกับวิถีคิดเรื่องการเล่าเรื่องว่าจะซ่อนหรือเปิดเผยอะไรให้เห็นตอนไหน สิ่งนี้หากเป็นการเล่าเรื่องแนวนอนจะไม่ทำให้เกิดความรู้สึกแบบนี้ เพราะการถ่ายแนวดั้งนั้น ผู้ชมแทบจะไม่เห็นรายละเอียดในภาพกว้างเลย ทำให้ผู้กำกับต้องคิดทางเลือกใหม่ในการเล่าเรื่องว่าจะจัดวางตัวละครอย่างไร จำเป็นต้องเฉลยให้คนดูรู้ตอนไหนว่าคนนี้น่าสงสัย หรือไม่น่าสงสัย ซึ่งมีผลกับเราในเรื่องการวางหมากเหล่านี้ให้ผู้ชม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

เนื่องด้วยการสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยการถ่ายทำแบบวิดีโอแนวดั้งยังไม่ได้ได้รับความนิยมจากผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในประเทศไทยมากนัก อีกทั้งมีการเผยแพร่เนื้อหาวิดีโอแนวดั้งอย่างจำกัด แม้ว่าแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ จะเปิดพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเนื้อหาวิดีโอแนวดั้งแล้วก็ตาม ยังพบว่าเนื้อหาประเภทมิวสิกวิดีโอยังมีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งไม่ครอบคลุมประเภทของเพลงได้ทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่หิบบกมาศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ล้วนเป็นมิวสิกวิดีโอแนวเพลงไทยสากลที่เน้นการเล่าเรื่องเป็นหลัก ซึ่งยังมีรูปแบบมิวสิกวิดีโอแนวดั้งรูปแบบอื่น ๆ เช่น เน้นการแสดงของศิลปินเป็นหลัก (Performance) หรือเน้นความแนวคิดบางอย่างที่ไม่เป็นเรื่องราว (Conceptual) ทั้งจากของไทยและของต่างประเทศ ที่สามารถนำมาวิเคราะห์ต่อยอดงานวิจัยนี้ได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเมื่อผู้สร้างสรรค์เนื้อหาหันมาให้ความสนใจกับการสร้างสรรค์เนื้อหาวิดีโอแนวดั้งมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์วิดีโอแนวดั้งรูปแบบอื่น ๆ เช่น ซีรีส์ รายการบันเทิง รายการข่าว เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้สามารถหิบบกประเด็นปัญหานำของการวิจัยที่มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ เทคนิคการเล่าเรื่องและการจัดวางองค์ประกอบภาพที่ต่างกันไปในแต่ละประเภทของเนื้อหา ความสัมพันธ์ของการกำหนดขนาดภาพในการสร้างสรรค์เนื้อหาแต่ละชนิดกับสุนทรียภาพในการรับชมเนื้อหา การกำหนดความยาวที่เหมาะสมของเนื้อหาแนวดั้งส่งผลต่อเวลาในการรับชมเนื้อหาประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ชญาณุช วีรสาร. (2560). การผลิตภาพยนตร์สั้นโดยใช้เทคนิคการถ่ายทำวิดีโอแนวดั้ง. *นิเทศสยามปริทัศน์*, 16(3), 106-116.
- ประวิทย์ แต่งอักษร. (2556). *มาทำหนังกันเถอะ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ BIOSCOPE.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2544). เพลง : ความเป็นมนุษย์ สาระชีวิต และมิวสิกวิดีโอ. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 5(3), 118-121
- _____. (2545). *มิวสิกวิดีโอ: เต็มใจที่จะเจ็บ ไม่เคยเช็ดในรัก*. ใน *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ* (น. 408-492). กรุงเทพฯ: ออล อแบร์ท พรินท์.

ภาษาอังกฤษ

Ryan, K.M. (2018). Vertical video: rupturing the aesthetic paradigm. *Visual Communication*, 17(2), 245

ระบบออนไลน์

ชลาทิพย์ ธีรสุนทรากุล. (2566). รู้จักแอป ReelShort ลูกผสม Netflix กับ Tiktok ดูซีรีส์ตอนละ 1 นาที. สืบค้นจาก <https://workpointtoday.com/reel-short-china-application-popular-in-usa/>

ทีปกร วุฒิพิทยามงคล. (2563). *Vertical Cinema: ถึงเวลาภาพยนตร์แนวตั้งหรือยัง*. สืบค้นจาก <https://themomentum.co/vertical-cinema/>

ธีรพงศ์ เสรีสำราญ. (2563). มาดูไอเดียดี ๆ จากหลากหลาย MV ที่เล่าเรื่องในแนวตั้ง (Vertical Music Video). สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/lifestyle/345571>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *การมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน*. สืบค้นจาก https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/jj?set_lang=th

Manjoo, Farhad. (2016). *Vertical Video on the Small Screen Not a Crime*. Retrieved from http://www.nytimes.com/2015/08/13/technology/personaltech/vertical-video-on-the-small-screen-not-a-crime.html?_r=0

Jo Miran's Silk and Dookies. (2012, September 8). *Vertical Video Syndrome A PSA (Glove and Boots)* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=dechvhhb0Meo>
