

การเปลี่ยนผ่านสุนทรียะในละครสั้นแนวตั้งไทย: มุมมองผ่านภาษาภาพและการเล่าเรื่อง

Aesthetic Transformation in Thai Vertical Micro-Dramas: A Visual Language and Narrative Perspective

วิริยาภรณ์ จุนหวะวิทย์^{1*}
Wiriaphorn Junhawittaya^{1*}

¹ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

* Corresponding author e-mail: wiriaphorn.j@gmail.com

Received: 12/02/2026 Revised: 07/05/2026 Accepted: 14/05/2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนผ่านสุนทรียะของละครสั้นแนวตั้งไทย ผ่านการวิเคราะห์ด้วยกรอบแนวคิดด้านภาษาภาพและการเล่าเรื่อง เพื่ออธิบายการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากสื่อดั้งเดิมสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล โดยใช้วิธีรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ในมิติภาษาภาพ มีการเปลี่ยนผ่านสู่การจัดองค์ประกอบภาพแนวตั้งที่เน้นความสำคัญของวัตถุหรือตัวละครกึ่งกลางจอ เพื่อสร้างความโดดเด่นในพื้นที่จำกัด ส่วนมิติการเล่าเรื่องมีการเปลี่ยนผ่านสู่รูปแบบการเล่าเรื่องที่สั้นกระชับ แต่ยังคงโครงสร้างแบบละครโทรทัศน์ โดยมีการเปิดเรื่องที่เร้าใจ การดำเนินเรื่องอย่างรวบรัด และการจบเรื่องที่ทิ้งปมเพื่อกระตุ้นการติดตาม ส่งผลให้ละครสั้นแนวตั้งกลายเป็นรูปแบบสื่อที่ได้รับความนิยมในวัฒนธรรมดิจิทัลร่วมสมัย นอกจากนี้ ในมิติอุตสาหกรรม พบแนวโน้มการยกระดับคุณภาพการผลิตอย่างเป็นระบบ จากการมีส่วนร่วมของทั้งผู้ผลิตอิสระและผู้ผลิตกระแสหลัก อย่างไรก็ตาม บทความนี้มีข้อเสนอแนะว่าอุตสาหกรรมดังกล่าวยังต้องการกรอบนโยบายและมาตรฐานด้านจริยธรรมที่ชัดเจน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ให้สอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมละครไทยในอนาคต

คำสำคัญ: ละครสั้นแนวตั้งไทย ภาษาภาพ การเล่าเรื่อง

Abstract

This article examines the aesthetic transition of Thai vertical micro-dramas by analyzing visual language and narrative structures to explain the shift from traditional media to digital platforms. The study is conducted through the collection and analysis of relevant data. The

findings reveal that in terms of visual language, there is a transition toward vertical composition that prioritizes characters or objects at the center of the frame to create visual prominence within limited space. Regarding the narrative dimension, storytelling has shifted toward a concise format while maintaining traditional television drama structures, characterized by compelling hooks, rapid pacing, and cliffhangers designed to drive continuous engagement. These elements have established vertical short dramas as a popular media form in contemporary digital culture. Furthermore, the industry is trending toward systematic production quality improvements, driven by the participation of both independent and mainstream producers. However, the study suggests that the industry still requires clear policy frameworks and ethical standards to support aesthetic development in line with the future growth of the Thai drama industry.

Keywords: Thai Vertical Micro-Dramas, Visual Language, Narrative

1. บทนำ

ในปรัชญาประยุกต์มีสาขาวิชาที่ว่าด้วยความงาม หรือ “สุนทรียศาสตร์” ที่ใช้แนวคิดปรัชญาบริสุทธิ์ มาตีความศิลปะรูปแบบต่าง ๆ ด้วยการตั้งคำถามว่าความงามมีจริงหรือไม่ มีอยู่อย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนดความงาม ฯลฯ มีแนวคิดหลักที่สำคัญ 3 ประการ คือ สุนทรียภาวะ รูปแบบสุนทรียะ และทฤษฎีของความงาม (สุพจน์ จิตสุทธิญาณ, 2556) ซึ่ง “ละคร” ก็เป็นรูปแบบหนึ่งของงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการแสดงที่มีลำดับเหตุการณ์ ก่อร่างเป็นวัฒนธรรมบันเทิงที่สามารถพบได้ในทุกวัฒนธรรมและมีการเปลี่ยนผ่านสุนทรียะมาตามยุคสมัย

บนร่องรอยทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมบันเทิงคดีของโลก มนุษย์รู้จักศิลปะการแสดงที่เรียกว่า “ละคร” มาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ หรือมากกว่า 2,500 ปีมาแล้ว ด้วยกลวิธีการใช้สุนทรียศาสตร์การเล่าเรื่องของเทพเจ้า ผ่านการร่ายรำ การเล่นดนตรี หรือการแสดงบทบาทสมมติ อันเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนาและการสื่อสารทางสังคม (นพมาส ศิริกาเย, 2525 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2558) ดังนั้น มนุษย์จึงรู้จักละครมานานแล้วตั้งแต่ก่อนที่อริสโตเติล (Aristotle) จะเขียนเรียบเรียงองค์ความรู้เกี่ยวกับบทกวีและการละครไว้ในหนังสือชื่อ *Poetics* (Morley, 2007)

จากการศึกษาแบบการสื่อสาร เนื้อหาการสื่อสาร และบทบาทหน้าที่ของการเสพความบันเทิงประเภทละครไทย สมสุข หินวิมาน (2558) ได้เสนอว่า วัฒนธรรมบันเทิงคดีไทยที่เรียกว่า “ละคร” อาจมีรากฐานที่ได้รับอิทธิพลมาจากนาฏศิลป์อินเดีย โดยมีการพัฒนาและเปลี่ยนรหัสวัฒนธรรมไปตามรูปแบบการสื่อสาร เริ่มต้นจากยุคแรกทีสร้างเป็นแบบแผนมหรสพชาววังและลิเกชาวบ้าน ต่อมาได้พัฒนาไปสู่ยุคละครเสียงผ่านระบบวิทยุกระจายเสียง ยุคละครโทรทัศน์แอนะล็อก และยุคโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งรูปแบบของสื่อจะเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการทางเทคโนโลยี แต่ในด้านเนื้อหาหรืออรรถรสของละครไทยที่ได้รับความนิยม

ในแต่ละยุคก็ยังคงมีกลิ่นอายของวิถีถิ่น และมีแบบแผนความบันเทิงของวัฒนธรรมประชาานิยมอย่างหนึ่งที่เรียกว่าละคร “น้ำเน่า” ซึ่งมีแนวทางคล้ายคลึงกับละครขายสบู่ หรือ Soap Opera ผังตะวันตก ที่มักนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ปัญหาความขัดแย้งในความสัมพันธ์ เน้นเรื่องราวเร้าอารมณ์ นำเสนอบทสรุปทางคุณธรรมที่ชัดเจน

ละครในพื้นที่การแสดงจริงถูกแปรรูป และส่งผ่านอากาศออกไปในรูปแบบคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า โดยมีเครื่องรับโทรทัศน์แปลงข้อมูลสัญญาณไฟฟ้าแล้วแสดงผลออกมาเป็นภาพผ่านจออันมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือเฟรมภาพแนวนอน ซึ่งมีวิวัฒนาการต่อเนื่องมาจากตรรกะทางวิศวกรรมในการสร้างภาพยนตร์ ด้วยมนุษย์ทั่วไปนั้นคุ้นชินกับการรับรู้ภาพในลักษณะแนวนอนตามขอบเขตการมองเห็น (Field of View) จากดวงตาทั้งสองข้างที่เรียงตัวตามแนวขวางที่สามารถกวาดตามองซ้าย-ขวาได้ การพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับข้อจำกัดการสื่อสารผ่านจอภาพในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 จึงนิยามกำหนดอัตราส่วนจอแสดงผลภาพให้มีความกว้างมากกว่าความสูง เพื่อให้สอดคล้องกับขอบเขตการมองเห็นตามธรรมชาติของมนุษย์ และมีจุดเด่นในการเน้นองค์ประกอบฉากและบริบท (Mise-en-scène) ซึ่งผู้กำกับภาพมักใช้การจัดวางองค์ประกอบภาพ เพื่อกำหนดว่าผู้ชมควรจะเห็นอะไรก่อนและหลัง (Bordwell, 1985) ดังนั้น ละครที่ปรากฏอยู่บนเฟรมภาพแนวนอนของจอโทรทัศน์จึงกลายเป็นมาตรฐานการมองของมนุษย์มาอย่างยาวนานร่วมศตวรรษ

ทว่าเมื่อโทรศัพท์อัจฉริยะ หรือสมาร์ทโฟน (Smartphone) ซึ่งเป็นเสมือนคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่นั้น ได้เข้ามามีกำหนดมาตรฐานการมองของมนุษย์ขึ้นมาใหม่อีกครั้ง ด้วยลักษณะการแสดงผลบนเฟรมภาพแนวตั้ง (Vertical Frame) ผนวกกับการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น ตัวอย่างเช่น TikTok หรือ Douyin ในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งแพลตฟอร์มดังกล่าวได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทุกคนสามารถผลิตเนื้อหาวิดีโอสั้นเผยแพร่ในช่องทางของตนเอง ทำให้สื่อวิดีโอสั้นได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีเนื้อหาหลากหลาย เข้าถึงง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสของเนื้อหาหรือคอนเทนต์ละครสั้น (Micro-Dramas) หรือที่เรียกกันว่า “ละครคุณธรรม” ซึ่งนำเสนอเรื่องราวคล้ายละครโทรทัศน์ แต่สั้นกว่า กระชับกว่า ไม่ซับซ้อน ทั้งยังมีการหักมุม ตัดจบแบบค้างคา กระตุ้นความสงสัย และทำให้ผู้ชมอยากติดตามต่อไปเรื่อย ๆ (ธีรพล บัวกระโทก, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้ ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่หลายประเทศมีนโยบายให้ประชาชนต้องกักตัวอยู่ที่บ้าน เว้นระยะห่าง และลดการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันเพื่อป้องกันการกระจายของเชื้อโรค ผู้คนจึงหันมาใช้สมาร์ทโฟนเพื่อการสื่อสาร และใช้ในการเสพสื่อจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ มากขึ้น (เมืองเพลง ปัญญาโชติ, ม.ป.ป.) กระแสความนิยมในการรับชม “ละครสั้นแนวตั้ง” (Vertical Micro-Dramas) จึงแพร่กระจายเป็นวงกว้างในหลายพื้นที่ เช่น จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ไทย ฯลฯ กลายเป็นวิธีการเสพสื่อความบันเทิงที่มีสุนทรียศาสตร์เฉพาะตัวในยุคดิจิทัล

ผู้เขียนบทความมีความสนใจในสุนทรียศาสตร์ของละครไทยที่ผู้คนกำลังวิ่งตามกระแสการเปลี่ยนผ่านรูปแบบจาก “ละครโทรทัศน์แนวนอน” ไปสู่ “ละครสั้นแนวตั้ง” จึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับภาษาภาพ และการเล่าเรื่องมาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนผ่านสุนทรียะของละครไทย จากเฟรมภาพแนวนอน (Horizontal Framing) สู่เฟรมภาพแนวตั้ง (Vertical Framing) และการเปลี่ยนผ่านการเล่าเรื่องจากเนื้อหา

ขนาดยาวสู่เรื่องราวแบบสั้น ๆ ซึ่งกลายเป็นกระแสวัฒนธรรมบันเทิงที่มาแรงในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งศึกษาทิศทาง การเปลี่ยนผ่านสุนทรียะของละครสั้นแนวตั้งของจีน และไทย อันเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์สำคัญเชิงนิเวศวิทยาการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กับโลกบันเทิงคดีในอรรถรสวิถีที่แตกต่างไปจากเดิม

2. การเปลี่ยนผ่านสุนทรียะทางภาษาภาพ: จากแนวนอน สู่แนวตั้ง

1) ความหมายของภาษาภาพ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2563) อธิบายหลักการรับรู้ตามแนวคิดจิตวิทยาเกสตัลท์ (Gestalt) ซึ่งมีหลักการว่า เมื่อมนุษย์รับรู้ภาพต่าง ๆ ด้วยสายตา สมองของแต่ละคนจะมีกระบวนการจัดระเบียบข้อมูลรวมถึงมีแนวโน้มในการตีความสิ่งที่เห็นจากภาพทั้งที่ “มองเห็น” และ “ไม่เห็น” ในเชิงกายภาพ อันเป็นสื่อภาษาที่เห็นด้วยสายตา (Vision Language) ซึ่ง โรแลนด์ บาร์ต (Roland Barthes, 1915-1980 อ้างถึงใน Curtin, 2006) ที่นำแนวคิดด้านสัญศาสตร์ (Semiotics) มาปรับใช้กับการวิเคราะห์ภาพต่าง ๆ เช่น ภาพถ่าย โฆษณา และภาพยนตร์ โดยมองว่าตัวภาษาของภาพไม่ได้เป็นโครงสร้างที่ตายตัว และมีความหมาย 2 ระดับ ได้แก่ ความหมายโดยตรง (Denoted Meaning) คือ ผลกระทบทางสายตาในระดับแรกที่เป็นระดับพื้นฐานและความหมายแฝง (Connoted Meaning) เป็นความหมายทางวัฒนธรรมที่ผู้รับสารอาจจะเข้าใจความหมายได้ตรง หรือนอกเหนือไปจากเจตนาของผู้สร้างภาพก็ได้

ดังนั้น ภาษาภาพ (Visual Language) จึงหมายถึงไวยากรณ์ของการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะและทางวิทยาการของสื่อแขนงต่าง ๆ มาใช้ในการสื่อสารผ่านภาพซึ่งเกี่ยวข้องกับการมองเห็นตามธรรมชาติของมนุษย์ (วาริ ฉัตรอุดมผล, 2561) ซึ่งแนวกรอบภาพหรือเฟรมภาพรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการสร้างภาษาผ่านเทคนิคด้านภาพด้วยอุปกรณ์กล้อง มี 2 แนวกรอบภาพที่ใช้สื่อความหมายในระดับปกติ ได้แก่ เฟรมภาพแนวนอน (Horizontal Framing) หรือภาพภูมิทัศน์ (Landscape) และเฟรมภาพแนวตั้ง (Vertical Framing) หรือภาพบุคคล (Portrait)

2) วิวัฒนาการของเฟรมภาพแนวนอน

วิวัฒนาการของจอภาพที่ใช้แสดงผลของภาพต่าง ๆ มักถูกออกแบบให้เป็นเฟรมภาพแนวนอนที่มีความเหมาะสมกับการมองเห็นของมนุษย์ซึ่งกวาดสายตามองซ้าย-ขวาได้ โดยใช้อัตราส่วนในรูปแบบความกว้างต่อความสูง อาทิ จอภาพยนตร์นิยมใช้อัตราส่วนภาพ 1.85:1 (Widescreen) หรือ 2.35:1 (Cinemascope) ส่วนจอโทรทัศน์ยุคแรกหรือแอนะล็อกนิยมใช้อัตราส่วนภาพ 4:3 ทว่า การนำภาพยนตร์จอกว้างมาฉายลงจอโทรทัศน์ที่มีลักษณะเกือบจะเป็นเฟรมภาพรูปร่างจัตุรัสมักประสบปัญหา เนื่องจากอัตราส่วนภาพที่ต่างกัน ทำให้ต้องมีการตัดขอบข้างของภาพในภาพยนตร์ทั้ง เพื่อให้ฉายภาพบนจอโทรทัศน์ได้เต็มจอ หรือใช้วิธีเหลื่อมพื้นที่แถบดำด้านบนและล่างแทนการตัดขอบข้าง ดังนั้น การฉายภาพยนตร์บนจอโทรทัศน์ยุคแอนะล็อกจึงไม่สามารถสื่อสารเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน และขาดความสวยงาม (Schubin, 1996)

ใน ค.ศ. 1984 เค็นส์ เอช. พาวเวอร์ส (Kerns H. Powers) จึงได้คำนวณหาค่ามาตรฐานกลางของเฟรมภาพแนวนอนเพื่อแก้ปัญหาการตัดขอบภาพดังกล่าว ด้วยการนำรูปสี่เหลี่ยมของสัดส่วนภาพยอดนิยมทั้งหมดมาวางซ้อนทับกันบนพื้นที่เดียวกัน เพื่อคำนวณหาอัตราส่วนของรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่จะสามารถ

เข้ากับทุกสัดส่วนได้โดยให้เหลือพื้นที่ที่จะถูกตัดทิ้งน้อยที่สุด จนกระทั่งได้เป็นรูปสี่เหลี่ยมมีค่าทางคณิตศาสตร์ คือ 1.77:1 ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราส่วนภาพ 16:9 ซึ่งต่อมาใน ค.ศ. 1990 อัตราส่วนภาพ 16:9 ได้ถูกเลือกให้เป็นมาตรฐานสำหรับโทรทัศน์ความละเอียดสูง (HDTV) และเป็นมาตรฐานสากลของจอภาพของสื่อใหม่ในเวลาต่อมา (Schubin, 1996)

3) การเปลี่ยนผ่านสู่เฟรมภาพแนวตั้งของหน้าจอสมาร์ทโฟน

หลังจากที่อุปกรณ์แสดงภาพแบบจอแนวนอนได้อยู่คู่บ้าน คู่ชุมชน และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยมในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในหลายพื้นที่ทั่วโลกมาอย่างยาวนาน เฟรมภาพแนวนอนก็ได้สร้างวิถีการรับชมแบบ “จอรวม” ขึ้นมา เนื่องจากอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องรับภาพมักมีขนาดใหญ่จึงต้องการพื้นที่ติดตั้งอย่างชัดเจน และมีการสร้างระยะห่างเพื่อให้ผู้ชมสามารถมองรายละเอียดทั้งภาพได้ ดังนั้น การรับชมภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ ทำให้การเปลี่ยนช่องหรือหยุดรับชมตามความพึงพอใจของแต่ละคนจึงเป็นไปได้ยาก

ในขณะที่ผู้คนมีความคุ้นชินกับเฟรมภาพแนวนอนผ่านจอภาพต่าง ๆ แต่การใช้เฟรมแนวตั้งนั้นยังไม่เป็นที่นิยมในงานภาพเคลื่อนไหว โดยงานศิลปะด้านภาพที่มีลักษณะเป็นเฟรมแนวตั้ง เช่น ภาพวาดภาพถ่ายบุคคล (Portrait) มักนิยมใช้ในลักษณะที่เป็นภาพนิ่ง เพื่อเน้นการนำเสนอวัตถุที่มีจุดสนใจตรงส่วนกลาง หรือจุดใดจุดหนึ่งของภาพมากกว่า จนกระทั่งใน ค.ศ. 1992 เมื่อ IBM Simon Personal Communicator ได้เปิดตัวอุปกรณ์ที่ผสมรวมฟังก์ชันโทรศัพท์และผู้ช่วยดิจิทัลส่วนตัว (Personal Digital Assistant) สู่สาธารณะครั้งแรก ซึ่งโมเดลนี้ได้กลายเป็นต้นแบบของการออกแบบโทรศัพท์อัจฉริยะ หรือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) สำหรับผู้ใช้งานส่วนบุคคล (Smith, 2018) ปรากฏการณ์นี้จึงมีบทบาทสำคัญที่กำหนดทิศทางของการใช้หน้าจอสัมผัสในลักษณะแนวตั้ง (Vertical Interface) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถถือเครื่องมือชนิดนี้ได้อย่างสะดวกตามธรรมชาติการใช้มือของมนุษย์ นับเป็นก้าวแรกของการประกอบสร้างสื่อใหม่ที่เน้น “ความยาวของหน้าจอ” มากกว่าความกว้างอันส่งผลต่อการพัฒนาสัดส่วนภาพ (Aspect Ratio) ของสื่อในยุคดิจิทัล

สมาร์ทโฟนส่วนใหญ่ถูกออกแบบไปในทิศทางเดียวกันตามคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ในด้านเทคนิคหน้าจอสัมผัสจะต้องมีขนาดใหญ่ พื้นที่ด้านหน้าเกือบทั้งหมดถูกใช้เป็นจอแสดงผล มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าเพื่อให้ประหยัดพื้นที่และง่ายต่อการผลิต ในด้านสรีรศาสตร์ของมนุษย์ โทรศัพท์จะมีความยาวมากกว่าความกว้างเพื่อให้เหมาะสำหรับการถือด้วยมือข้างเดียว และมีความกว้างในระยะที่นิ้วโป้งเข้าถึงการสั่งการพื้นที่หน้าจอส่วนใหญ่ได้ นอกจากนี้ ในด้านการใช้งาน จะต้องรองรับการแสดงผลที่เชื่อมโยงหลาย ๆ แพลตฟอร์มได้ง่าย ไร้รอยต่อ ฯลฯ (BBC, 2012) ดังนั้น การออกแบบจอสมาร์ทโฟนแนวตั้งให้มีค่าใกล้เคียงกับอัตราส่วนภาพ 9:16 จึงมีความเหมาะสมและได้รับความนิยมมากที่สุด

4) การบรรจบกันของเทคโนโลยีและภาษาภาพแนวตั้ง

เมื่อบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำนาประเทศเห็นความสำคัญของสมาร์ทโฟนในฐานะสินค้าที่จะมาเปลี่ยนพฤติกรรมสื่อสารของผู้คนทั่วโลก ตลาดของสมาร์ทโฟนจึงกลายเป็นสนามรบแห่งการออกแบบทางเทคโนโลยีที่นับวันยิ่งทวีความซับซ้อน จากอดีตที่เคยเป็นอุปกรณ์การสื่อสารที่มีราคาสูง ปัจจุบันสมาร์ทโฟน

มีระดับราคาที่หลากหลายซึ่งคนทั่วไปสามารถหาซื้อได้โดยง่าย นอกจากนี้ เพียงแค่มีสมาร์ทโฟนเครื่องเดียวก็สามารถเข้าถึงสื่อที่หลากหลายเพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส จอแนวตั้งของสมาร์ทโฟนจึงกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของ “สื่อ” และ “สาร” ซึ่งสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวให้ผู้ใช้งานสามารถเปิดดูได้ทุกที่ทุกเวลา

ตัวอย่างการสำรวจพฤติกรรมทางดิจิทัลของผู้ใช้งานในประเทศไทยที่มีการรายงานในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 พบว่า ประชากรในประเทศไทยมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากถึงร้อยละ 91.2 ซึ่งสะท้อนว่า คนไทยส่วนใหญ่เข้าถึงโลกออนไลน์ได้แล้ว โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตบ้านที่ความเร็วระดับ 237 Mbps ถือว่าสูงมากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยโลก ส่วนอินเทอร์เน็ตมือถือมีความเร็วเพิ่มขึ้นถึง 20.52 Mbps หรือพุ่งสูงขึ้นถึง 50.4% ภายในปีเดียว แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเทคโนโลยี 5G ในไทยทำได้รวดเร็วและเห็นผลชัดเจนในแง่ของความเร็วในการใช้งานจริง (Kemp, 2025) ด้วยการแพร่หลายของสมาร์ทโฟนและการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้คนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับสาร และการมองไปสู่การเลื่อนไหลในแนวดิ่ง (Vertical Scrolling) ตามลักษณะของหน้าจอมากขึ้น จนทำให้ภาษาภาพที่ถูกผลิตมาเพื่อแสดงผลบนหน้าจอแนวตั้งกลายเป็นวิถีความคุ้นชินใหม่ไปโดยปริยาย

จากการศึกษาของ รอส (Ross, 2014) เรื่อง การจัดกรอบภาพแนวตั้ง: ความสมจริงและแนวปฏิบัติทางสุนทรียศาสตร์แบบใหม่ในวิดีโอออนไลน์ (Vertical Framing: Authenticity and New Aesthetic Practice in Online Videos) พบว่า การถ่ายวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือในแนวตั้ง เคยถูกมองว่าเป็นการถ่ายผิดวิธีหรือผิดธรรมชาติ แต่ปัจจุบันกลับแพร่หลายในแพลตฟอร์มออนไลน์เพราะผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เมื่อพิจารณาตามแนวคิดเกี่ยวกับการเยียวยาหรือการปรับปรุงสื่อ (Remediation) ที่เสนอว่า สื่อใหม่จะได้รับการยอมรับก็ต่อเมื่อตัวสื่อนั้นสามารถเยียวยาข้อบกพร่องของสื่อเก่าได้ (Bolter & Grusin, 1999) ซึ่งในบริบทนี้ สื่อใหม่ในรูปแบบแนวตั้งได้เข้ามาเยียวยาด้วยความใกล้ชิดและเป็นส่วนตัว ซึ่งสื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ไม่สามารถทำได้

5) ข้อสรุปเกี่ยวกับเฟรมภาพแนวตั้งในยุคดิจิทัล

สรุปได้ว่า เฟรมภาพแนวตั้งที่เป็นภาพเคลื่อนไหว มีจุดเริ่มต้นที่เด่นชัดจากการบรรจบกันของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารหลายประการ ได้แก่ การออกแบบเชิงวิศวกรรมของสมาร์ทโฟน เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย โครงข่ายอินเทอร์เน็ต วิวัฒนาการของแพลตฟอร์ม ฯลฯ โดยมีมิติของภาษาภาพแนวตั้งบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ยังคงมีการใช้หลักในการจัดองค์ประกอบภาพคล้ายคลึงกับภาพแนวนอน ได้แก่ หลักการใช้พื้นที่ว่างด้านหน้า (Nose Room) กฎสามส่วน (Rules of Thirds) หลักการใช้ฉากหน้า (Foreground) หลักความสมดุลของภาพ (Balance) มุมกล้อง (Camera Angles) ขนาดภาพ (Shot Size)

ทั้งนี้ จุดเด่นของสุนทรียะการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้งนั้นเป็นความงามที่เกิดจากการให้ความสำคัญกับภาพหรือวัตถุที่อยู่ตรงกลางมากกว่าส่วนอื่น ๆ เนื่องจากพื้นที่ด้านข้างของภาพมีน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการนำเสนอภาพรายละเอียดของฉากหรือสถานที่ (ณัฐภูมิ สิงห์ทองสง, 2567) แต่ในขณะเดียวกัน ความแคบของเฟรมภาพแนวตั้งก็ได้เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตเนื้อหาสามารถสร้างสรรค์วิธีการเล่าเรื่องได้อีกหลายวิธี เช่น การตัดต่อแบ่งส่วนจอ (Split Screen) การใช้เทคนิคพิเศษทางกราฟิก ฯลฯ ซึ่งเฟรมภาพแนวตั้งของสมาร์ทโฟนในอัตราส่วนภาพ 9:16 หรือในอัตราใกล้เคียง ทำให้วิถีการมองและพฤติกรรมการรับชม

ของผู้คนเปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยชินกับการ “มองกว้าง” ให้เป็นการ “มองแคบ” ด้วยลักษณะทางกายภาพของจอที่ทำให้ผู้ชมต้องจดจ่อที่วัตถุหรือตัวบุคคลบนจอแนวตั้งอย่างใกล้ชิดมากขึ้นนั่นเอง

3. การเปลี่ยนผ่านสุนทรียะการเล่าเรื่อง : จากละครยาว สู่ละครสั้น

1) แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเชิงละคร

การเล่าเรื่อง เป็นศิลปะแห่งการถ่ายทอดเรื่องราว โดยการศึกษาเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Narrative) คือ การศึกษาตัวบทหรือเนื้อหาของลำดับของเหตุการณ์ที่ปรากฏบนสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร ข่าว โฆษณา ฯลฯ ซึ่งเป็นการนำหน่วยย่อยต่าง ๆ มาประกอบกันเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้รับสาร ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ (2557) ได้กล่าวถึงแนวทางเกี่ยวกับวัฒนธรรมศึกษาที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพบว่า ส่วนใหญ่สื่อจะเล่าเรื่องด้วยวิธีการเชื่อมโยงเหตุการณ์ตามลำดับ (Linear) เช่น ตั้งแต่เด็กจนโต ตัวละครต้องผ่านเหตุการณ์อะไรมาบ้าง หรือการเชื่อมโยงตามหลักตรรกะ (Logic) เช่น เพราะฝนตกน้ำจึงท่วม ธรรมะย่อมชนะอธรรม ฯลฯ และวิธีการถ่ายทอดการกระทำของตัวบุคคล วัตถุ สถานที่ หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ของภาพ โดยมีการใส่รหัสความหมายที่หลากหลาย นำมาปะติดปะต่อให้เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งอาจมีทั้งเหตุการณ์ที่เป็นความจริงและเป็นเรื่องสมมติ

ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ (2546) กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารที่มุ่งเน้นประโยชน์ หรือด้านความเพลิดเพลินเจริญใจทั้งปวงเป็นการสื่อสารเชิงสุนทรียะ (Aesthetic Communication) มีความหมายกว้างที่สอดคล้องกับคำว่า การสื่อสารเชิงจินตคติ (Imaginative Communication) สามารถจำแนกกว้าง ๆ เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีโครงสร้างเชิงละคร หรือ จินตคติที่มีองค์ประกอบของเรื่องเล่า (Narrative) และกลุ่มที่มีโครงสร้างเชิงละครเพียงบางประการ เป็นจินตคติที่มุ่งเน้นผลทางด้านอารมณ์ หรือเสนอความคิดบางประการด้วยกลศิลป์

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องข้างต้น เมื่อพิจารณาในมิติของการเล่าเรื่องเชิงละครแล้ว พบว่าการเล่าเรื่องของละครไม่ได้มีข้อกำหนดที่ตายตัวเกี่ยวกับความยาว แต่จะแปรผันไปตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดย สนิท สิริธิรักษ์ (2543) ได้อธิบายเกี่ยวกับช่วงเริ่มต้นของยุคโทรทัศน์แอนะล็อกไว้ว่า โดยทั่วไปรายการบันเทิงที่เป็นละครและการแสดง เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของรายการโทรทัศน์ ซึ่งรูปแบบการผลิตขึ้นอยู่กับสภาพและทุนรอนของคนในยุคนั้น โดยแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1) ละครสั้น แบบที่สรุปจบเรื่องราวในตอนเดียว เทียบได้กับ Dramatic Specials ของอเมริกา และแบบที่สรุปเรื่องราวจบภายในตอน แต่ออกอากาศเป็นประจำต่อเนื่องทุกสัปดาห์ เทียบได้กับ TV Series

2) ละครยาวหลายตอนจบ มีเรื่องราวดำเนินติดต่อกัน ออกอากาศเป็นประจำต่อเนื่องทุกสัปดาห์ เทียบได้กับ TV Serial หรือ Soap Opera

โดยรายการบันเทิงในรูปแบบนี้ เป็นรูปแบบการจัดผังรายการที่ได้รับอิทธิพลมาจากฝั่งตะวันตก ซึ่งแพร่กระจายไปในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก แต่อย่างไรก็ดี วิธีการเล่าเรื่องของละครและการแสดงจากยุคโทรทัศน์แอนะล็อกสู่โทรทัศน์ดิจิทัลในแต่ละประเทศ ไม่ได้มีความเปลี่ยนแปลงไปในเชิงรูปแบบความยาวมากนัก จนกระทั่งเมื่อสมาร์ตโฟนแพร่กระจายสู่ผู้คนทั่วโลก แพลตฟอร์มออนไลน์ก็เข้ามามีบทบาทสำคัญ

ในการเปลี่ยนผ่านวิธีการเล่าเรื่องแบบโทรทัศน์ให้เป็นวิธีการเล่าเรื่องแบบสั้น ๆ ซึ่งแม้ว่าจุดเริ่มต้นของการเล่นวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์จะเริ่มต้นพัฒนาจากตะวันตก แต่นักวิชาการด้านสื่อใหม่หลายคนต่างเห็นพ้องกันว่า ปรากฏการณ์ที่ทำให้ละครสั้นแนวตั้งกลายเป็นกระแสไปทั่วโลกได้อย่างแท้จริง ก็คือ “ละครแนวตั้งจีน”

2) จากแพลตฟอร์มแนวตั้งสู่การเติบโตของละครสั้นแนวตั้งจีน

ใน พ.ศ. 2568 มีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีฟังก์ชันการเผยแพร่วิดีโอสั้นที่มีผู้ใช้จำนวนมากในหลายประเทศ ได้แก่ Facebook, Instagram, TikTok, X, YouTube, LinkedIn, Pinterest, Snapchat โดยเป็นที่น่าสังเกตว่า หลายแพลตฟอร์มไม่ได้มีจุดเริ่มต้นจากการเป็นช่องทางเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น หรือมีวิดีโอแนวตั้งเป็นจุดขายหลัก แต่ได้พัฒนาคุณลักษณะด้านการแสดงผลเพื่อรองรับวิดีโอสั้นและวิดีโอแนวตั้งขึ้นมาภายหลังเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้งานสมาร์ตโฟนมากขึ้น (Keutelian, 2025)

จากการศึกษากระแสการผลิตรายละครสั้นแนวตั้งที่ผลิตจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดย เฉิน (Chen, 2025) ศึกษาละครแนวตั้งในยุคดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมละครสั้นแนวตั้งที่กำลังเติบโต (Micro-drama in the Digital Era: An Analytical Overview of the Emerging Micro-drama Industry) พบว่า ละครสั้นแนวตั้งมีลักษณะเด่น คือ เป็นเนื้อหาที่เน้นการดูผ่านโทรศัพท์มือถือแสดงผลในรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง และแต่ละตอนจะมีความยาวประมาณ 1 - 6 นาที ทั้งนี้ ละครสั้นแนวตั้งของสาธารณรัฐประชาชนจีนกลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่ช่วงต้นปี ค.ศ. 2010 และกำลังขยายตัวไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว โดยใน ค.ศ. 2024 ตลาดละครสั้นแนวตั้งในสาธารณรัฐประชาชนจีนมีมูลค่าสูงถึง 5.04 หมื่นล้านหยวน และคาดว่าจะเกิน 1 แสนล้านหยวนภายใน ค.ศ. 2027 ในขณะที่ตลาดทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 6.54 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งภูมิภาคที่นิยมรับชมละครสั้นแนวตั้งของสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ อเมริกาเหนือ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในบทความของ ยวีซี หวาง และ เจี้ยนฝ่า กัว (Wang & Guo, 2025) ที่ศึกษาสุนทรียศาสตร์ของการบีบอัดพื้นที่ของกรอบแนวตั้งที่เข้ามาปฏิวัติการเล่าเรื่อง และการประกอบสร้างการสื่อสารแบบใหม่ในละครสั้นแนวตั้ง (A Narrative Revolution in Vertical Framing: The Aesthetics of "Spatial Compression" and Multimodal Reconstruction in Vertical Screen Short Dramas) พบว่า ปัจจุบันหน้าจอแนวตั้งกลายเป็นสื่อหลักเนื่องจากการแพร่หลายของสมาร์ตโฟน โดยแพลตฟอร์มอย่าง TikTok และ Kuaishou ในสาธารณรัฐประชาชนจีน มีผู้ใช้งานเฉลี่ยเกินกว่า 2.5 ชั่วโมงต่อวัน และพบว่าละครสั้นแนวตั้งมีการประกอบสร้างสุนทรียศาสตร์แบบใหม่ที่เรียกว่า "การบีบอัดพื้นที่" (Spatial Compression) ซึ่งท้าทายขนบภาษาภาพของกรอบแนวนอนที่เคยเป็นกระแสหลักในพื้นที่สื่อมาอย่างยาวนาน

3) มุมมองทางจิตวิทยาของละครสั้นแนวตั้ง

ในด้านกลไกการมองเห็นและพฤติกรรมผู้ใช้ ยวีซี หวาง และ เจี้ยนฝ่า กัว (Wang & Guo, 2025) ศึกษาระดับชั้นความสนใจในการมองของผู้ชมที่เปิดรับสื่อแนวตั้ง โดยบูรณาการการสร้างแบบจำลองพฤติกรรมผู้ใช้เชิงปริมาณและการวิจัยผู้ชมเชิงคุณภาพ พบว่า กรอบภาพแนวตั้งบีบอัดขอบเขตการมองเห็นของผู้ชมให้แคบลงและสูงขึ้น โดยผู้ชมจะแบ่งระดับความสนใจผ่านการมองเป็น 3 ระดับ คือ ระดับภาพหลักที่เน้นสีหน้าตัวละครและบทสนทนาสำคัญ ระดับรองที่เน้นท่าทางและอุปกรณ์ประกอบฉากสำคัญ และระดับ

พื้นหลังที่เป็นภาพสิ่งแวดล้อมและการตกแต่ง ทั้งนี้ ความสนใจของผู้ชมมักจะถูกดึงดูดอยู่ที่ส่วนกลางและส่วนบนของหน้าจอ โดยความเร็วที่ผู้ชมจะเลื่อนผ่านสื่อดำเนินไปนั้นน้อยกว่า 1.5 วินาที ดังนั้น หากสื่อนำเสนอไม่สามารถดึงดูดความสนใจได้ตั้งแต่วินาทีแรก ผู้ชมก็อาจจะเลื่อนผ่านเรื่องราวเหล่านั้นไปได้ง่าย ๆ

ในด้านการเล่าเรื่อง ลู่ เจียง (Jiang, 2025) ศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจกลไกทางจิตวิทยาของการเสพติดละครซีรีส์ขนาดสั้น (Exploring the Psychological Mechanisms of Micro-Series Addiction) ผ่านกรณีศึกษาละครซีรีส์ขนาดสั้น 3 เรื่องของจีน เพื่อวิเคราะห์ว่าตัวบทหรือเนื้อหาใช้กลวิธีอย่างไรในการสร้างตัวละคร การออกแบบโครงเรื่อง ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ชมเสพติดละครซีรีส์ขนาดสั้นเป็นอย่างมาก โดยพบว่ากลไกทางจิตวิทยาที่ทำให้เกิดการเสพติดตามทฤษฎีสถานะไหลลื่น (Flow Theory) ซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดภาวะจดจ่ออยู่กับละคร ได้แก่ การสร้างคุณค่าของการระบายนามผ่านความรู้สึกสะใจ อันเป็นการเติมเต็มความปรารถนาที่ผู้ชมไม่สามารถทำได้ในโลกแห่งความเป็นจริง การเล่าเรื่องหักมุมผ่านการลำดับภาพที่กระตุ้นอารมณ์รุนแรงตามรูปแบบปรากฏการณ์คูเลซอฟ (Kuleshov Effect) ที่นำหลาย ๆ ภาพมาลำดับต่อกันเพื่อสร้างความประหลาดใจ รวมถึงการสร้างสถานการณ์ผ่านประเด็นทางสังคมที่คนทั่วไปเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ผู้ชมเกิดความเห็นอกเห็นใจและมีอารมณ์ร่วมไปกับตัวละคร โดยละครซีรีส์ขนาดสั้น หรือละครสั้นแนวตั้งเหล่านี้ทำให้ผู้ชมได้รับความพึงพอใจทางจิตวิทยาโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการคิดที่ซับซ้อน

4) ข้อสรุปเกี่ยวกับการเล่าเรื่องของละครสั้นแนวตั้งจีน

เมื่อพิจารณาจากเอกสารของ เฉิน (Chen, 2025) ร่วมกับ ลู่ เจียง (Jiang, 2025) ยวี่ซี หวาง และ เจียนฝ่า กว (Wang & Guo, 2025) ผู้เขียนพบจุดร่วมที่เด่นชัดของละครสั้นแนวตั้งที่ผลิตจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่

4.1) ภาษาภาพของละครสั้นแนวตั้ง ในด้านการจัดองค์ประกอบภาพ ส่วนใหญ่มีการแบ่งชั้นความสำคัญขององค์ประกอบภาพเป็น 3 ระดับ คือ ระดับแรกมักเน้นการจัดวางตัวบุคคลให้อยู่บริเวณกึ่งกลางของภาพ นิยมใช้ขนาดภาพระยะใกล้ที่ชัดเจนและให้ความสำคัญกับส่วน “ใบหน้า” ของตัวละคร ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ชมจะจ้องมองนานที่สุด ระดับที่สองเน้นท่าทางและสิ่งของสำคัญ และระดับที่สามเป็นส่วนฉากหลังและรายละเอียดประกอบ

4.2) การเล่าเรื่องของละครสั้นแนวตั้ง มักเน้นการเล่าเรื่องที่เร้าอารมณ์รุนแรง โครงเรื่องไม่ซับซ้อน เช่น เป็นเรื่องราวการแก้แค้น ความขัดแย้งระหว่างชนชั้น ความรักต้องห้าม เป็นเรื่องเหนือจริงเกินคาดหมาย หรือเป็นเรื่องราวที่มีข้อคิดสอนใจในตอนท้าย เนื่องจากผู้ชมมีบทบาทสำคัญในการควบคุมจังหวะการเล่าเรื่อง ซึ่งอาจ “เปลี่ยนช่อง” หรือ “หยุดการรับชม” ได้ทุกเมื่อเพียงแค่ใช้ปลายนิ้วสัมผัสหรือปิดหน้าจอ ละครสั้นแนวตั้งแต่ละตอนจึงมักเปิดเรื่องด้วยจุดดึงดูด (Hook) ภายใน 3-5 วินาทีแรก ต่อด้วยการดำเนินเรื่องหรือเล่าลำดับเหตุการณ์อย่างรวดเร็ว และมักจะจบเรื่องด้วยจุดที่น่าติดตาม (Cliffhangers) เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมรู้สึกตื่นเต้นและอยากดูตอนต่อไป

4.3) มิติด้านอุตสาหกรรม พบว่า ละครสั้นแนวตั้งจีนมีวงจรการผลิตที่รวดเร็วมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์หรืออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ โดยผู้ผลิตสามารถถ่ายทำเสร็จทุกตอนได้ภายในเวลาไม่ถึง 2 สัปดาห์ และมีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) มาช่วยในกระบวนการผลิต

เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุน เช่น การคิดเนื้อหาและปรับปรุงตัวบท การใส่คำบรรยายภาพและการแปลภาษา การพากย์เสียง การตัดต่อ รวมถึงการใช้อัลกอริทึม (Algorithm) วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการเพื่อส่งการแจ้งเตือนและแนะนำเนื้อหาให้โดนใจผู้ชมมากที่สุด ปัจจุบันมีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีความสามารถในการเผยแพร่ภาพและเสียงด้วยระบบอินเทอร์เน็ต หรือสตรีมมิง (Streaming) มากมายที่เผยแพร่ละครสั้นแนวตั้งจากสาธารณรัฐประชาชนจีน เช่น WeTV, iQIYI, ReelShort, Melolo, DramaBox, DramaWave, FlexTV ฯลฯ ซึ่งความสำเร็จทางด้านรายได้ของวงการละครสั้นแนวตั้งจีนได้กลายเป็นแม่แบบของแนวทางการผลิตเนื้อหาที่กระตุ้นให้คอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content Creator) ทั่วโลก หันมาให้ความสนใจกับตลาดละครสั้นแนวตั้งอย่างมีนัยสำคัญ (Siwarote, 2568)

สรุปได้ว่า จีนประสบความสำเร็จในการทำละครสั้นแนวตั้งกลายเป็นสินค้าดิจิทัลที่ผลิตได้ไว บริโภคได้ง่าย ปัจจุบันวิธีการเล่าเรื่องและโมเดลธุรกิจละครสั้นแนวตั้งของจีนกลายเป็นหนึ่งในกรณีศึกษาสำคัญที่ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มทั่วโลกสามารถนำไปปรับใช้ให้เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มทุกระดับต่างก็เข้ามา “ร่วมสนุก” ในอุตสาหกรรมนี้กันอย่างคับคั่ง

4. ทิศทางของละครสั้นแนวตั้งไทย

1) ขนบการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย

ในห้วงเวลาที่ละครโทรทัศน์ยังเป็นรายการที่สร้างรายได้ให้กับสถานีโทรทัศน์ของไทย ก่อนการมาถึงของยุคทีวีดิจิทัลและสื่อใหม่ นิสาชล เตไชยกุล (2547) ได้สัมภาษณ์นักเขียนบทละครไทยที่มีชื่อเสียง เพื่อเรียนรู้กลวิธีการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ภายใต้วัยที่ประกอบด้วย แก่นเรื่อง ตัวละคร สถานการณ์ หรือเหตุการณ์ สถานที่ ฯลฯ การเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์มักดำเนินเรื่องตามลำดับ 3 ขั้นตอน คือ

1.1) การเปิดเรื่อง (Opening) เช่น เปิดเรื่องด้วยความเข้าใจผิดระหว่างพระเอกกับนางเอก เปิดเรื่องด้วยภาพชีวิตหรือครอบครัวในอดีตก่อนเจอความขัดแย้ง หรือเปิดเรื่องด้วยอุปสรรคของตัวละคร

1.2) การดำเนินเรื่องไปสู่ความขัดแย้งและการคลี่คลาย (Conflict and Resolution) เป็นการเรียงลำดับเหตุการณ์ที่นำไปสู่ปมขัดแย้งที่อาจมีมากกว่าหนึ่งเหตุการณ์ แล้วค่อยนำไปสู่การคลี่คลาย ซึ่งในแต่ละเรื่องจะมีทั้งการคลี่คลายของสถานการณ์ย่อย ๆ และการคลี่คลายปมขัดแย้งใหญ่ของเรื่องในตอนท้าย

1.3) การจบเรื่อง (Ending) เป็นบทสรุปของชุดเหตุการณ์ทั้งหมด เช่น สุขนาฏกรรม (Happy Ending) คือเรื่องจบเมื่อตัวละครหลักมีความสุข คนดีได้ดี คนชั่วได้ชั่ว หรือโศกนาฏกรรม (Tragedy) คือเรื่องจบเมื่อตัวละครหลักอาจเสียชีวิตหรือต้องแยกจากกัน ทำให้เกิดความรู้สึกสะเทือนใจ

วิธีการเล่าเรื่องด้วยโครงสร้างข้างต้น ถือเป็นวิธีการเล่าเรื่องทั่วไปที่สามารถนำไปปรับใช้ได้กับทุกสื่อ ทว่าโทรทัศน์มีธรรมชาติของสื่อและวัฒนธรรมการเล่าเรื่องอันเป็นเอกลักษณ์ คือ โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการประกอบสร้างรูปแบบรายการที่มีลักษณะ “ไหลไป” และมีการ “ขัดจังหวะ” ด้วยเงื่อนไขทางเทคนิคของการผลิตและการแพร่กระจายสัญญาณภาพ การแบ่งเนื้อหาออกเป็นตอนย่อย ๆ ที่ทำให้สามารถแทรกรายการด้วยเนื้อหาอื่น แต่ยังคงความหมายของตัวบทหลักได้ การแบ่งเนื้อหาออกเป็นหลายรายการตามช่วงเวลา การมีตัวเลือก

ให้ผู้รับสารรับชมได้หลายช่องสถานี และการมีพื้นที่ว่างให้ผู้ชมสามารถทำกิจกรรมอื่นไปพร้อม ๆ กับการรับชมโทรทัศน์ (Jeremy G. Butler, 1994 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2558)

2) การเปลี่ยนผ่านสู่ละครสั้นแนวตั้งไทย

จากงานวิจัยเรื่องการเปลี่ยนผ่านละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล โดย ทิพย์ภาศิริ แก้วเทศ และคณะ (2561) ในประเด็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อกระบวนการทัศน์ในการสร้างสรรค์โทรทัศน์ไทย ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อก (พ.ศ. 2530-2540) สู่ยุคดิจิทัล (พ.ศ. 2541-ปัจจุบัน) พบว่า เทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัลทำให้เกิดการหลายนormeแดนระหว่างสื่อ ด้วย “การข้ามสื่อ” และ “การหลอมรวมของสื่อ” ไปสู่ยุคสื่อใหม่ที่มีความยืดหยุ่นสูง เช่น Facebook Line YouTube ฯลฯ จากการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ตัวบทหรือเนื้อหาละครเรื่องเดียวสามารถเผยแพร่ได้มากกว่าหนึ่งช่องทาง รวมถึงสามารถแปรรูปร่างไปตามแพลตฟอร์มที่ใช้เผยแพร่ได้อย่างหลากหลาย

ณัทย์ ใจดี และรัตนวดี เศรษฐจิตร (2566) ศึกษาปรากฏการณ์ละครโทรทัศน์ในสังคมไทยสู่ละครคุณธรรมผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งผู้ใช้งานแพลตฟอร์มทั่วไปแสดงละครล้อเลียนกระแสละครคุณธรรมจากละครสั้นแนวตั้งที่ได้รับความนิยมในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยตัวบทหรือเนื้อหาในรูปแบบนี้มีความคล้ายคลึงกับละครคุณธรรมของไทยที่เคยเผยแพร่ในช่องโทรทัศน์ เช่น ละครฟ้ามีตา แต่ผู้ผลิตอิสระละครสั้นแนวตั้งในแพลตฟอร์ม TikTok สามารถผลิตเนื้อหาได้หลากหลาย ไม่จำเป็นต้องใช้ดารานักแสดง นอกจากนี้ ความสนุกของการเสพละครสั้นแนวตั้งไม่ได้หยุดอยู่แค่เพียงตอนจบของวิดีโอเท่านั้น แต่ยังมีพื้นที่ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการรับชมได้ด้วยการพิมพ์แสดงความคิดเห็น การย้อนกลับไปดูตอนเก่า ๆ หรือปัดดูตอนต่อไปได้ทันที โดยไม่ต้องยึดติดกับกรอบเวลาในการเผยแพร่ ปัจจุบันมีช่องของผู้ผลิตอิสระที่ผลิตละครสั้นแนวตั้งที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เช่น ช่องดอยแม่สลอง สื่อสังคมออนไลน์ ช่อง Ploychidjun ช่องละครกะเทยธรรม ฯลฯ รวมถึงช่องที่เผยแพร่ละครชุดขนาดสั้นหรือมินิซีรีส์ (Mini Series) ที่เน้นกลุ่มผู้รับชมที่เป็นวัยรุ่น แนวความรักของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น

การเติบโตและแพร่กระจายของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีความสามารถในการเผยแพร่ภาพและเสียงด้วยระบบอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ได้กลายเป็นพื้นที่สร้างสรรค์คลิปวิดีโอสั้นที่หลากหลายสำหรับผู้ผลิตเนื้อหาในยุคดิจิทัลมากขึ้น ในด้านของละครไทย มีตั้งแต่การนำตัวบทหรือเนื้อหาจากสื่อละครโทรทัศน์เดิมมาดัดต่อใหม่แบบสั้น ๆ โดยคัดเลือกมาเฉพาะเหตุการณ์ที่โดนใจหรือได้รับความนิยมสูงมาเผยแพร่ซ้ำ และมีการผลิตตัวบทหรือเนื้อหาละครขึ้นมาใหม่ในลักษณะล้อเลียน (Parody) เพื่อความสนุกสนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนว “ละครคุณธรรม” หรือละครที่มีข้อคิดสอนใจ ซึ่งไม่ได้เน้นการผลิตเป็นตัวบทหรือเนื้อหาขนาดยาวแบบต่อเนื่องอีกต่อไป แต่จะเน้นเล่าเหตุการณ์สั้น ๆ ที่เข้าใจง่าย และมักแทรกมุกตลกขบขัน

ทางด้านกลุ่มผู้ผลิตกระแสหลักของไทยก็เริ่มขยับไปสู่การสร้างละครสั้นแนวตั้งอย่างจริงจัง เช่น โครงการ K-SHORTS ที่เกิดจากความร่วมมือของ 3 บริษัทใหญ่ ได้แก่ บริษัทกันตนากรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทอมรินทร์เทเลวิชั่น จำกัด และ MI GROUP ซึ่งมีแผนจะเผยแพร่ละครสั้นแนวตั้งมากกว่า 100 ภายใน พ.ศ. 2569 โดยมีแนวคิด “การร่วมมือในครั้งนี้ ถือว่าสำคัญในการยกระดับวงการ Micro Drama สู่รูปแบบการเล่าเรื่องที่ทันสมัย เข้าถึงง่าย และตอบโจทย์ผู้ชมยุคดิจิทัล ผ่านหน้าจอ Smart Phone” (Kantana, 2568) หรือ บริษัท

เดอะวันเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ที่เห็นความสำคัญของตลาดละครสั้นแนวตั้งไทย จึงได้มีกลยุทธ์เชิงรุกในการผลิตละครแนวตั้งภายใต้ชื่อ "oneD SHORTS" โดยเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชัน oneD ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งคอนเทนต์บันเทิงแบบครบวงจร ควบคู่ไปกับธุรกิจสถานีโทรทัศน์ (วันบันเทิง – oneบันเทิง, 2569)

ความนิยมละครสั้นแนวตั้งไทยไม่ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่องแบบจินตคติแต่เพียงอย่างเดียว เมื่อผู้ใช้งานแพลตฟอร์มในหลายแวดวงได้ใช้ภาษาภาพและการเล่าเรื่องแบบละครสั้นแนวตั้งมาประยุกต์ใช้เป็นช่องทางการสื่อสารความรู้ รวมถึงรณรงค์ทางการเมืองในช่วงเลือกตั้งระดับประเทศ โดยมีการนำเรื่องราวของละครสั้นแนวตั้งที่ได้รับความนิยมมาผลิตซ้ำ พร้อมสอดแทรกเนื้อหาทางการเมืองและสังคม สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของละครสั้นแนวตั้งในการเข้าถึงมวลชนในทุกระดับ

3) ข้อสรุปเกี่ยวกับทิศทางของละครสั้นแนวตั้งไทย

ผู้เขียนมองว่าทิศทางของละครสั้นแนวตั้งในประเทศไทยในปัจจุบัน มีได้ดำเนินไปในทิศทางเดียว หากแต่เป็นการแย่งชิงพื้นที่กันระหว่างสองชั่วอานาการผลิต ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตอิสระที่เน้นความสดใหม่ ไม่ยึดติดกับขนบการเล่าเรื่อง และกลุ่มผู้ผลิตสื่อกระแสหลัก เช่น บริษัทผู้ผลิตสื่อภาพยนตร์ บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ฯลฯ ที่พยายามถ่วงโอนความเชี่ยวชาญด้านสุนทรียะแบบจอนวนอนขนาดใหญ่ลงสู่จอแนวตั้ง โดยเปรียบเทียบเป็นตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 1

แนวทางการผลิตละครสั้นแนวตั้งไทยระหว่างผู้ผลิตอิสระและผู้ผลิตกระแสหลัก

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิต	
	ผู้ผลิตอิสระ	ผู้ผลิตกระแสหลัก
ที่มาและคุณลักษณะพื้นฐาน	เติบโตจาก Social Media (Digital Native) มีความคล่องตัวสูง (Agility)	เกิดจากสถาบันสื่อกระแสหลักเดิม เช่น ค่ายภาพยนตร์ ค่ายผู้จัดละครโทรทัศน์ หรือค่ายผู้ผลิตซีรีส์ที่มีโครงสร้างการผลิตแบบมาตรฐาน
สุนทรียะทางการเห็น	เน้นความสมจริงแบบชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่ใช้แสงธรรมชาติ หรือมีการจัดแสงโดยใช้อุปกรณ์ส่องสว่างตามมาตรฐานทั่วไปที่สามารถหาซื้อได้ง่าย	เป็นงานสร้างที่มีความประณีตในการจัดองค์ประกอบศิลป์แบบภาพยนตร์ (Cinematic) เช่น ใช้การจัดแสง มีการปรับแก้สี (Color Grading) เพื่อความสวยงาม
ภาษาภาพ	เน้นการตัดต่อที่ฉับไว (Jump cuts) มีการใช้ตัวอักษร กราฟิกต่าง ๆ เพื่อเล่าอารมณ์ หรือใช้การแบ่งหน้าจอบนล่างเพื่อเล่าเรื่องอย่างรวดเร็ว	มีการถ่ายทอดไวยากรณ์ภาพแบบภาพยนตร์ เน้นถ่ายทอดความงามของตัวละคร และใช้ประโยชน์จากพื้นที่แนวตั้งอย่างซับซ้อน
กลวิธีการเล่าเรื่อง	ใช้เส้นเรื่องที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคย เพื่อให้คนดูเข้าใจบริบทได้ทันทีโดยไม่ต้องอธิบาย เช่น แนว “ละครคุณธรรม” ที่เน้นการสั่งสอน ศีลธรรมแบบตรงไปตรงมา หรือ “ละครน้ำเน่า” ที่มุ่งเน้นความสะใจ เช่น เมียหลวงเมียน้อย, คนรวยปลอมเป็นคนจน ฯลฯ	ยังอยู่ในช่วงของการปรับตัว เช่น มีการนำละครยาวที่มีอยู่แล้วมาตัดเฉพาะช่วงที่เป็นภาพจำลองแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นแนวตั้ง และมีการผลิตละครสั้นแนวตั้งขึ้นใหม่ ที่มีการเปิดเรื่องด้วยจุดดึงดูด (Hook) และจบเรื่องในตอนแบบทิ้งปม (Cliffhanger) มากขึ้น

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิต	
	ผู้ผลิตอิสระ	ผู้ผลิตกระแสหลัก
รูปแบบการแสดง	การแสดงมักเน้นอารมณ์สุดโต่ง เน้นจริง เพื่อหยุดการปิดหน้าจอของผู้ชม	ใช้ความสามารถทางการแสดงและใช้พลังของนักแสดงที่มีชื่อเสียง ในการดึงดูด
กลยุทธ์การสร้างรายได้	เน้นไปที่ Platform Ads Revenue และระบบนายหน้า (Affiliate Marketing)	เน้นสปอนเซอร์ระดับแบรนด์ (Grand Sponsorship) และการสร้างลิขสิทธิ์ตัวละคร (IP Rights)
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ทั่วไป	ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ทั่วไป และฐานผู้สนับสนุนเดิมของค่ายหรือนักแสดงที่มีอยู่แล้ว

จากตารางวิเคราะห์ได้ว่า ความแตกต่างระหว่างผู้ผลิตอิสระและผู้ผลิตกระแสหลักมิได้เป็นเพียงระดับทรัพยากรการผลิต หากแต่สะท้อนถึง “กรอบคิดทางสุนทรียะ” ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ผลิตอิสระให้ความสำคัญกับความเร็ว ความเข้าถึงง่าย และอารมณ์ที่เข้มข้น ขณะที่ผู้ผลิตกระแสหลักยังคงยึดโยงกับความประณีตแบบทุนทางวัฒนธรรมเดิม

อย่างไรก็ดี ทิศทางของละครสั้นแนวตั้งไทยในตอนนี้ยังไม่ใช่หลักสูตรหรือเป็นแบบแผนที่ตายตัว แต่จะมีการกลืนกลายกันมากขึ้น จนยากที่จะแบ่งพรมแดนอีกต่อไป โดยผู้ผลิตอิสระก็มีแนวทางที่จะยกระดับการผลิตละครด้วยความประณีตมากขึ้น ส่วนผู้ผลิตกระแสหลักก็จะพยายามปรับไปสู่รูปแบบที่เรียบง่ายมากขึ้นเพื่อลดต้นทุนและระยะเวลาในการผลิต ซึ่งการปะทะและหลอมรวมกันของทั้งสองแนวทางนี้เองที่กำลังเปลี่ยนผ่านสุนทรียะของละครสั้นแนวตั้งไทยในปัจจุบัน

5. บทสรุป

สุนทรียะ เทคโนโลยี และความท้าทายในโลกสื่อใหม่

การเปลี่ยนผ่านของละครไทยจากจอแนวนอนสู่จอแนวตั้ง ไม่ได้เป็นเพียงการเปลี่ยนสัดส่วนภาพจาก 16:9 มาเป็น 9:16 เท่านั้น แต่เป็นการประกอบสร้างของไวยากรณ์ทางภาพและการเล่าเรื่องแบบใหม่ ซึ่งการเปลี่ยนคุณลักษณะทางสุนทรียะระหว่างละครโทรทัศน์ดั้งเดิมและละครสั้นแนวตั้ง สามารถสรุปเป็นตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 2

การเปลี่ยนผ่านคุณลักษณะทางสุนทรียะระหว่างละครโทรทัศน์ดั้งเดิมและละครสั้นแนวตั้ง

ประเด็น	ละครโทรทัศน์ดั้งเดิม	ละครสั้นแนวตั้ง
สัดส่วนภาพ	จอแนวนอน อัตราส่วนภาพ 4:3 และ 16:9	จอแนวตั้ง อัตราส่วนภาพ 9:16
จุดเน้นทางสายตา	สามารถสร้างจุดเน้นได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับระยะเวลา และสามารถองค์ประกอบฉากและบริบทได้	มักเน้นภาพส่วนใบหน้าและภาพครึ่งตัวเพื่อแสดงอารมณ์ตัวละคร

ประเด็น	ละครโทรทัศน์ดั้งเดิม	ละครสั้นแนวตั้ง
วิธีการรับชม	มีลักษณะการกวาดสายตาซ้าย-ขวาในแนวนอน มากกว่าเลื่อนไหลสายตาขึ้น-ลงในแนวดิ่ง	มีลักษณะการเลื่อนไหลสายตาขึ้น-ลงในแนวดิ่ง มากกว่ากวาดสายตาซ้าย-ขวาในแนวนอน
โครงสร้างการเล่าเรื่อง	การเล่าเรื่องแบบค่อยเป็นค่อยไป แต่ละตอนใช้เวลาตั้งแต่ 45 นาทีขึ้นไป (ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่ยออกอากาศและการแทรกแซงโฆษณาของผู้สนับสนุน)	การเล่าเรื่องเชิงรุกและรัดกุม แต่ละตอนใช้เวลาประมาณ 1-5 นาที
จุดดึงดูด	มักอยู่ในช่วงท้ายของสถานการณ์	ปรากฏตั้งแต่ช่วงเปิดเรื่อง และอาจมีจุดดึงดูดทุก ๆ 10-15 วินาทีของคลิป
ความสัมพันธ์กับผู้ชม	เป็นการรับชมเชิงรับ	ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมและมีการโต้ตอบเชิงรุก
นโยบายและการกำกับดูแล	มีกฎระเบียบและจริยธรรมวิชาชีพที่ค่อนข้างชัดเจน	มีการควบคุมการเผยแพร่เนื้อหาตามนโยบายของแต่ละแพลตฟอร์ม แต่การควบคุมโดยภาครัฐยังมีช่องว่างที่ยังต้องพัฒนาต่อ

จากตารางวิเคราะห์ที่ได้ว่า ขนบของละครโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ใช้ภาษาของเฟรมแนวนอนภาพที่สามารถบรรยายละเอียดได้มาก มีวิธีการเล่าเรื่องที่ประณีต มีระยะเวลาในการทอดอารมณ์ ตลอดถึงมีนโยบายและการกำกับดูแลที่ค่อนข้างชัดเจน ในขณะที่ละครสั้นแนวตั้งเป็นชั่วคราวข้ามที่ใช้ภาษาภาพเชิงบีบอัดตามลักษณะของจอแนวตั้ง มีวิธีการเล่าเรื่องที่เร่งเร้าอารมณ์ เน้นความกระชับ ทว่าในด้านนโยบายและการกำกับดูแลขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มเป็นหลัก

ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า “ตัวสื่อ” มีบทบาทกับชีวิตผู้คนอย่างมาก รวมถึงอิทธิพลจากวัฒนธรรมนานาชาติที่แพร่ผ่านสื่อ ส่งผลให้ละครไทยมีกลวิธีด้านภาพและการเล่าเรื่องที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่ไม่ว่ารูปแบบหรือเทคโนโลยีในการสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร กลืนอายุความจัดจ้านทางอารมณ์ที่เป็น “อรรถรสของละครไทย” ยังคงถูกถ่ายทอดผ่านละครสั้นแนวตั้งในฐานะที่เป็นความรื่นรมย์ที่เข้าถึงง่าย และถูกจริตคนไทยเสมอมา

โดยสรุปแล้ว ดังที่ McLuhan (1964) เคยนิยามไว้ว่า “สื่อคือสาร” (The Medium is the Message) ในยุคที่ละครสั้นแนวตั้งกำลังถูกขับเคลื่อนด้วยอัลกอริทึม (Algorithm) และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ซึ่งมีระบบในการชี้นำผู้ผลิตว่า “ต้องเล่าเรื่องอย่างไรจึงจะมีผู้ชมมากที่สุด” ดังนั้นความท้าทายที่สำคัญของผู้ผลิตไทยในยุคนี้ จึงไม่ใช่เพียงการวิ่งตามเทคโนโลยีหรือกระแสโลกเพียงเท่านั้น แต่เป็นการตั้งคำถามว่า จะทำอย่างไรให้มนุษย์ยังคงรักษาเจตจำนงแห่งการสร้างสรรค์เอาไว้ได้ นอกจากนี้ สิ่งที่ยังคงขาดความชัดเจนในอุตสาหกรรมละครสั้นแนวตั้งไทย คือ ทิศทางการควบคุมและกำกับดูแลเชิงนโยบาย โดยเฉพาะประเด็นทางกฎหมาย การละเมิดสิทธิ และมาตรฐานจรรยาบรรณ ฯลฯ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องก้าวให้ทันพลวัตของสื่อโดยเร็ว

6. อื่น ๆ องค์ความรู้ใหม่ การนำไปใช้ประโยชน์

การนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ผลิตสื่อในยุคดิจิทัล สามารถใช้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการเปลี่ยนผ่านสุนทรียะของละครสั้นแนวตั้งไทยใน 3 มิติ ได้แก่

1) มิติภาษาภาพ

การจัดองค์ประกอบภาพเฟรมแนวตั้งที่ได้รับความนิยม ได้แก่

1.1) ภาพระยะใกล้ (Close-up Shot) นิยมใช้ขนาดภาพระยะใกล้ที่ชัดเจน และให้ความสำคัญกับส่วนใบหน้าหรือร่างกายบางส่วนของตัวละคร ตลอดถึงวัตถุต่าง ๆ เนื่องจากพื้นที่จอแนวตั้งมีความแคบ ทำให้นิยมใช้ขนาดภาพที่ทำให้ผู้ชมได้จ้องมองตัวละครอย่างชัดเจน สร้างความรู้สึกใกล้ชิดที่คมชัดกว่าจอโทรทัศน์

1.2) การเคลื่อนที่ภาพในแนวตั้ง (Tilt) การเคลื่อนที่ภาพขึ้นและลงในแนวตั้งมีความเหมาะสมกับเฟรมแนวตั้ง โดยการเคลื่อนกล้องจากบนลงล่าง สามารถแสดงความต่ำต้อยของวัตถุหรือบุคคลในภาพ ส่วนการเคลื่อนกล้องจากล่างขึ้นบน สามารถสร้างความเข้าใจ สื่อความยิ่งใหญ่ของวัตถุหรือบุคคลในภาพได้

1.3) การจัดองค์ประกอบตามระดับชั้น โดยระดับแรกเน้นการจัดวางตัวบุคคลให้อยู่บริเวณกึ่งกลางของภาพ ให้ความสำคัญกับส่วนใบหน้าของตัวละคร ระดับที่สองเน้นท่าทางและสิ่งของสำคัญ และระดับที่สามเป็นส่วนฉากหลังและรายละเอียดประกอบ

1.4) การใช้พื้นที่ด้านบนและล่าง การเหลือพื้นที่ว่างด้านบนหรือล่าง ช่วยเพิ่มมิติในการสื่ออารมณ์ของวัตถุหรือบุคคลในภาพได้ เช่น การเหลือพื้นที่ว่างด้านบนมาก ๆ สื่อถึงความโดดเดี่ยวของตัวละครกลางพื้นที่โล่งกว้าง เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังสามารถแบ่งจอได้หลากหลายรูปแบบ เช่น อาจใช้ส่วนบนและส่วนล่างเป็นภาพนิ่ง หรือใช้เป็นพื้นที่ในการใส่ข้อความ ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ เพิ่มเติม หรือใช้ทั้ง 3 ส่วนเป็นภาพเคลื่อนไหว เพื่อเพิ่มมิติในการสื่ออารมณ์ได้

2) มิติการเล่าเรื่อง

การเล่าเรื่องของละครสั้นแนวตั้ง นิยมดำเนินเหตุการณ์อย่างพุ่งเป้า เร้าอารมณ์ กระชับ ไม่ซับซ้อน

2.1) การเปิดเรื่องด้วยจุดดึงดูด (Hook) ภายใน 3-5 วินาทีแรก โดยเปิดด้วยปมปัญหาที่เข้าใจง่ายในทันที เช่น ตัวเอกโดนคนรักนอกใจ ตัวเอกโดนกลั่นแกล้ง ฯลฯ ซึ่งต่างจากละครขนาดยาวที่ส่วนใหญ่มักจะปูพื้นหลังตัวละครก่อนที่จะนำไปสู่ความขัดแย้ง

2.2) การดำเนินเรื่องด้วยความรวดเร็ว ใช้ความถี่ของการหักมุมบ่อยครั้ง หรือหักมุมซ้อนหักมุม ซึ่งการดำเนินเหตุการณ์อาจจะไม่ได้เป็นไปตามลำดับ หรือไม่ได้มีความสมจริงเสมอไป เพื่อให้ผู้ชมคาดเดาเนื้อเรื่องได้ยาก และอยากติดตามต่อเพราะคาดไม่ถึงว่าตัวละครจะเป็นอย่างไรต่อไป

2.3) การจบเรื่องด้วยจุดที่น่าติดตาม (Cliffhangers) ละครแนวตั้งส่วนใหญ่จึงมักจบเรื่องด้วยจุดที่น่าตกใจ เร้าอารมณ์ กระตุ้นความสงสัย เช่น คำสารภาพที่เปลี่ยนสถานะของตัวละคร เลี้ยววินาทีแห่งความเป็นความตาย เป็นต้น ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากติดตามต่อเพื่อคลายความสงสัยแบบไม่มีที่สิ้นสุด

3) มิติอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมละครสั้นแนวตั้งของจีนเป็นตัวอย่างของการปรับโครงสร้างการผลิตละคร จากเดิมที่กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์หรือละครซีรีส์จะต้องใช้เงินทุนมหาศาล อาทิ ถ่ายทำในสตูดิโอขนาดใหญ่

ถ่ายทำหลายสถานที่ ใช้ทีมงานจำนวนมาก รวมถึงใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง ในขณะที่ละครสั้นแนวตั้งใช้งบประมาณจำกัด แต่สามารถผลิตเนื้อหาปริมาณมากได้ในเวลาอันสั้น ด้วยการใช้ทีมงานขนาดเล็ก ใช้อุปกรณ์ไม่มาก ไม่จำเป็นต้องใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียง ฯลฯ แต่อย่างไรก็ดี ข้อได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงและความเร็วในการผลิต ไม่ควรเป็นข้ออ้างในการลดทอนคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ เพราะสื่อละครสั้นแนวตั้งมีอิทธิพลต่อผู้ชมเป็นวงกว้าง จึงควรยกระดับสู่การเป็นสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมสุขภาวะทางปัญญาที่ดีต่อสังคม

สรุปได้ว่า ปรากฏการณ์ความเติบโตของละครสั้นแนวตั้งนี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สื่อ รวมถึงกระบวนการทัศนคติการบริโภคสารที่เน้นความกระชับและเข้าถึงง่ายในปัจจุบัน ทั้งนี้ ละครสั้นแนวตั้งซึ่งเป็นวัฒนธรรมประชานิยมจะสามารถสร้างความตระหนักรู้และยกระดับสุขภาวะทางปัญญาของพลเมืองได้หรือไม่ ยังคงเป็นประเด็นที่หวังว่าในอนาคตชุมชนกลุ่มผู้ผลิตสื่อในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะมีการขับเคลื่อนและบูรณาการไปสู่การกำกับดูแลหรือกำหนดนโยบายแนวปฏิบัติทางจริยธรรม ตลอดจนมาตรฐานการผลิตละครสั้นแนวตั้งที่มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาและควบคุมคุณภาพเนื้อหาควบคู่ไปกับการเติบโตทางธุรกิจของอุตสาหกรรมละครไทยในระดับสากลต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ภาพพิมพ์.
- ธีรพล บัวกระโทก. (ม.ป.ป.). จาก *Micro-Dramas* ถึง “ละครคุณธรรม” ส่องทิศทางอุตสาหกรรมละครสั้นกับอนาคตที่ยังอีกยาวไกล. Creative Thailand https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=34609
- ธินันท์ อนวัชศิริวงศ์, จิรยุทธ์ สินธุพันธุ์, สุกัญญา สมไพบูลย์, และปรีดา อัครจันทโชติ. (2546). *สุนทรียนิเทศศาสตร์ การสื่อสารการแสดงและสื่อจินตคดี*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณททัย ใจดี และรัตนวดี เศรษฐจิตร. (2566). ปรากฏการณ์ละครโทรทัศน์ในสังคมไทยสู่ละครคุณธรรมผ่านแพลตฟอร์ม TikTok. *วารสาร Media and Communication Inquiry*, 5(2), 34-59.
- ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสง. (2567). สุนทรียะการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้ง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 14(3), 370-381.
- ทิพย์ภาศิริ แก้วเทศ, ณัฐธวัฒน์ สุทธิโยธิน, และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2561). การเปลี่ยนผ่านละครโทรทัศน์ไทยจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(2), 266-275.
- นิสาชล เตโชกุล. (2547) *คนเขียนบทละคร Dream Believe Dare Do*. ไฮเออร์เพลส.
- เมืองเพลง ปัญญาโชติ. (ม.ป.ป.). *บิ๊กดาต้า (Big data) กับเหตุการณ์วิกฤตไวรัสโควิด 19*. DEPA. <https://www.depa.or.th/th/article-view/big-data-covid19>
- วันบันเทิง - oneบันเทิง. (2569, 7 มีนาคม). *รวมละครแนวตั้งไว้ใน "oneD SHORTS"* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=2089159085212181>

- วารี ฉัตรอุดมผล. (2561). หน่วยที่ 5 ภาษาภาพ ใน กำจร หลุยยะพงศ์ (บ.ก.), *ศิลปะภาพถ่ายและภาพยนตร์*. (น. 17-19). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- สมสุข หินวิมาน. (2558). *อ่านทีวี: การเมืองวัฒนธรรมในจอโทรทัศน์*. พารากราฟ.
- สินธุ์ สิทธิรักษ์. (2543). *กำเนิดโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2493-2500)* (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพจน์ จิตสุทธิญาณ. (2556). ความเข้าใจในทฤษฎีสุนทรียะ. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 9(2), 161-179.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2563). *สารกับการสื่อความหมาย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). จามจุรีโปรดักส์.
- BBC. (2012, March 5). *Why do Phones All Look the Same?* BBC Future.
<https://www.bbc.co.uk/future/article/20120305-why-do-phones-all-look-the-same>
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the Fiction Film*. University of Wisconsin Press.
- Chen, Z. (2025). Micro-drama in the Digital Era: An Analytical Overview of the Emerging Micro-drama Industry. *Communications in Humanities Research*, 86(1), 159-164.
<https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.KM27560>
- Curtin, B. (n.d.). *Semiotics and visual representation*. Faculty of Architecture, Chulalongkorn University. <https://www.arch.chula.ac.th/journal/files/article/UjpgMx2iiSun103202.pdf>
- Jiang, L. (2025). Exploring the Psychological Mechanisms of Micro-series Addiction. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 81(1), 195–202.
<https://doi.org/10.54254/2753-7048/2025.21103>
- Kantana. (2568, 27 สิงหาคม). *ประกาศศักดา! กันตนา รุกตลาดละครสั้นแนวตั้งเต็มรูปแบบ เปิดตัวโครงการ Vertical Micro-Drama Program 2025 ค้นหาสุดยอดครีเอเตอร์* [Post]. Facebook.
<https://www.facebook.com/share/p/16c23cYVnZ/>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Thailand*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- Keutelian, M. (2025, August 28). *Always Up-to-date Guide to Social Media Video Specs*. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-video-specs-guide/>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- Morley, D. (2007). *The Cambridge Introduction to Creative Writing*. Cambridge University Press.
- Ross, M. (2014, August 6). Vertical Framing: Authenticity and New Aesthetic Practice in Online Videos. *Refractory: A Journal of Entertainment Media*. <https://refractory-journal.com/ross/>

Schubin, M. (1996). Searching for the Perfect Aspect Ratio. *SMPTE Journal*, 105(8), 460–478.

<https://doi.org/10.5594/J09548>

Siwarote, S. (2568, 17 เมษายน). *Micro Drama : คอนเทนต์ 1 นาทีสุดฮิตที่ Gen Z ตัดใจ อนาคตสดใส โตแตะ 14,000 ล้านบาทต่อลาร์*. Marketeer Online.

<https://marketeeronline.co/archives/411530>

Smith, R. (2018, March 8). *IBM Created the World's First Smartphone 25 Years Ago*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/stories/2018/03/remembering-first-smartphone-simon-ibm/>

Wang, Y., & Guo, J. (2025). A Narrative Revolution in Vertical Framing: The Aesthetics of "Spatial Compression" and Multimodal Reconstruction in Vertical Screen Short Dramas. *Journal of Media, Journalism & Communication Studies*, 1(1), 18-28. <https://doi.org/10.71222/c2j9c533>