การออกแบบมิวสิกวิดีโอรูปแบบแอนิเมชันด้วยหลักสัญศาสตร์ เรื่องการยอมรับตนเอง

"Self-Acceptance"; A Semiotics Approach to Animated Music Video Design

อมลณัฐ โสภณ[1*] พิศประไพ สาระศาลิน[2] และ ชัยพร พานิชรุทติวงศ์[3]

[1] หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต

[2] คณะศิลปะ และการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต

[3] คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต

*Corresponding author, E mail: amonnut.sopon@gmail.com

บทคัดย่อ

โดยธรรมชาติมนุษย์ต้องการการยอมรับจากสังคมที่ตนเองอยู่ จึงมีความพยายามสร้างตัวตนตามค่านิยมทางสังคม แต่เป็นไปไม่ได้ที่จะทำตามสิ่งที่ผู้อื่นคาดหวังทั้งหมด หากบุคคลยอมรับไม่ได้เมื่อตนจริง (real self) ในปัจจุบันไม่ตรงกับตนในอุดมคติ (ideal-self) ที่สร้างไว้ ก็จะเกิดปัญหาความเครียดสะสม แม้ปัญหานี้จะเกิดขึ้นได้กับทุกคนแต่มักถูกมองข้ามเนื่องจากยังไม่ใช่โรค งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผลิตสื่อที่ช่วยสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเอง โดยเลือกใช้หลักสัญศาสตร์มาช่วยในการสื่อสารเรื่องที่เป็นนามธรรมผ่านสื่อมิวสิกวิดีโอเพลง Stand Out Fit In วงONE OK ROCK ในรูปแบบแอนิเมชัน เพื่อให้เป็นสื่อบันเทิงเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งผู้รับชมในกลุ่มเป้าหมายช่วงอายุ 12-40ปี จำนวน 45คน มีความพึงพอใจในคุณภาพของมิวสิกวิดีโอ เกินกว่าร้อยละ 60 สามารถเข้าใจสารที่สื่อผ่านการใช้สัญญะได้ และสามารถตระหนักได้ถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเอง จึงคาดหวังว่าสื่อมิวสิกวิดีโอนี้จะเหมาะแก่การนำไปเผยแพร่ในวงกว้างจากความพยายามในการลดข้อจำกัดด้านภาษาและประสบการณ์จำเพาะที่ต้องใช้เพื่อการตีความด้วยการใช้สัญญะที่ออกแบบขึ้นเอง และสามารถเปลี่ยนเป็นแอนิเมชันที่มีบทพูดตรงไปตรงมา หากต้องการให้เด็กซึ่งพัฒนาการคิดเชิงนามธรรมน้อยเข้าใจง่ายขึ้น

คำสำคัญ: แอนิเมชัน 2 มิติ, มิวสิกวิดีโอ, การยอมรับในตนเอง, สัญศาสตร์

ABSTRACT

Human beings, by nature, seek acceptance from their society. As a result, there is a push to create the ideal-self in accordance with social values, despite the fact that meeting everyone's expectations is impossible. If a person cannot accept his current real self, which is incongruent with his ideal-self, stress will build up. Although anyone can be affected by this issue, it is frequently overlooked because it is not yet a disease. The main objective of this qualitative research is to create media that help raise awareness of the significance of self-acceptance by applying semiotic principles to communicate an abstract theme through the animated music video of ONE OK ROCK's Stand Out Fit, making it an easy-to-access

entertainment medium. A sample of 45 audiences aged 12 to 40 are satisfied with the quality of the music video, and more than 60% understand the message conveyed through the use of signs and can grasp the significance of self-acceptance after watching the music video. We anticipate that due to efforts to minimize the specific experience necessary for interpretation and language barriers through the use of customized signs, this media will be suitable for broad dissemination. It can also be turned into an animated film with direct dialogue to make it easier for kids with limited abstract thinking skills to understand.

Keywords: 2D Animation, Music Video, Self-Acceptance, Semiotics

1. บทนำ

ปัญหาการไม่ยอมรับในตนเองเป็นปัญหาที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงต้องการการยอมรับจากคนในสังคมที่ตนเองอยู่ โดยในสังคมมักมีกฎเกณฑ์ว่าสิ่งใดยอมรับได้ หรือไม่ได้ ซึ่งพื้นฐานของกฎเหล่านั้นก็คือค่านิยมซึ่งเป็นเพียงความเชื่อเชิงประมาณ (Marini, 2020) หมายความว่าไม่ได้ให้ความสำคัญกับข้อเท็จจริง แต่ให้ความสำคัญตามความพึงพอใจ ทำให้ค่านิยมกลายเป็นดาบสองคม เมื่อบางคนเลือกที่จะยึดให้ค่านิยมเฉพาะที่ตนเองรู้จัก เป็นเกณฑ์ในการให้ค่าผู้อื่น และตนเอง ตั้งเป็นเป้าหมายให้เป็นสิ่งที่ตนเองต้องการจะเป็น ซึ่งจะเกิดปัญหาหากยอมรับไม่ได้เมื่อตนจริง (real self) ในปัจจุบันไม่ตรงกับตนในอุดมคติ (ideal-self) ที่สร้างไว้ และเลือกที่จะใช้กลไกป้องกันตนเองทางจิตที่ไม่เหมาะสม เพราะมีความคิดว่าตนเองล้มเหลว และผู้อื่นจะไม่ยอมรับ จนเกิดการสะสมความเครียด และความกังวลระยะยาว ซึ่งมักถูกมองข้าม เกิดเป็นปัญหาสุขภาพจิตตามมา (Strickland, 2001)

เพื่อทำให้ผู้คนที่มีโอกาสเผชิญปัญหาการไม่ยอมรับในตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น และวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (ช่วงอายุ 12-40 ปี) ซึ่งอยู่ในช่วงของการแสวงหาอัตลักษณ์ และการยอมรับเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Erikson, 1958 อ้างใน McLeod, 2018) ตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเอง และแนะนำมุมมองบางส่วนที่ช่วยในการยอมรับในตนเอง สื่อ (media) ซึ่งเป็นหนึ่งในสิ่งที่ส่งผลต่อทัศนคติความคิดของคนจึงเหมาะแก่การนำมาช่วยสร้างความตระหนักดังกล่าว โดยเฉพาะในรูปแบบสื่อมัลติมีเดียอย่างมิวสิกวิดีโอ ที่มีทั้งภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ฯลฯ ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจ เร้าอารมณ์ และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลาอันสั้น อีกทั้งยังเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น และผู้ใหญ่ตอนต้น เนื่องจากสามารถทำให้มีสถานะเป็นสื่อบันเทิงมากกว่าจะเป็นสื่อการเรียนรู้โดยตรง

เนื่องจากสื่อมัลติมีเดียส่วนมากที่สื่อเนื้อหาด้านอารมณ์ สุขภาพจิต ค่านิยม หรือการยอมรับในตนเอง นิยมใช้การยกตัวอย่างสถานการณ์จำเพาะหนึ่ง ๆ ขึ้นมา ซึ่งผู้รับชมบางส่วนอาจเพ่งความสนใจเฉพาะตัวสถานการณ์จำเพาะที่ยกมา และมีความรู้สึกร่วมได้ก็ต่อเมื่อตรงกับประสบการณ์จริงของตนเอง โดยมองข้ามสารโดยรวมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์อื่น ๆ ได้ ในจุดนี้การดึงสัญญะ (sign/representamen) ในทางสัญศาสตร์ (semiotics) ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องการแทนความหมาย (Curtin, 2009) เข้ามาช่วย ก็จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถสื่อสารเรื่องที่มีความเป็นนามธรรม และช่วยให้ผู้ชมมุ่ง

ความสนใจไปที่ข้อความที่ต้องการสื่อมากกว่าสถานการณ์จำเพาะ ซึ่งจะทำให้นำสารที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ของตนได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาจิตวิทยาการยอมรับในตนเอง และผลกระทบของการไม่ยอมรับในตนเอง

2.2 เพื่อศึกษาวิธีการตีความผ่านหลักสัญศาสตร์

2.3 เพื่อสร้างมิวสิกวิดีโอในรูปแบบแอนิเมชันซึ่งนำหลักสัญศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารให้ผู้ดูเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเอง

3. การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มเป้าหมาย เป็นวัยรุ่น และผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 12-40ปี โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 45คน จากกลุ่มผู้ใช้ facebook ช่วงอายุ 12-40ปี ในประเทศไทย (พ.ศ. 2564) ถือเป็นกลุ่มประชากรที่มีความพร้อมในการรับชมมิวสิกวิดีโอ และทำแบบประเมินที่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มเป้าหมายในการเผยแพร่วิดีโอ ลดการแทรกแซงสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างเมื่อเทียบกับการจัดสถานที่ให้รับชมหรือสัมภาษณ์ เหมาะสมกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร และสถานการณ์ในระหว่างการทำการวิจัย

ในส่วนของกระบวนการออกแบบเครื่องมือวิจัย คือมิวสิกวิดีโอในรูปแบบแอนิเมชัน สามารถแบ่งเป็น 3ขั้นตอนหลัก เหมือนการสร้างสื่อภาพยนตร์ทั่วไป ได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการผลิต (pre-production), ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) โดยจะมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ขั้นตอนเตรียมการผลิต (pre-production)

3.1.1 สร้างแนวคิด พัฒนาเนื้อเรื่อง และเขียนบท

ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาการยอมรับในตนเอง ได้ข้อสรุปคือ การยอมรับในตนเอง คือการยอมรับตัวตนของตนเองในลักษณะที่ว่าเป็นข้อเท็จจริง ยอมรับทั้งส่วนที่ตนเองมองว่าดี และไม่ดีทั้งหมดโดยไม่มีเงื่อนไข (Bernard, 2013) ซึ่งเมื่อยอมรับได้ว่าตนมีส่วนที่ไม่ดีเป็นแค่การยอมรับข้อเท็จจริง ไม่ใช่การรองรับว่าชอบข้อเสีย แต่จะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาตนเอง (Rogers,1959) โดยการยอมรับในตนเองมีความสำคัญในแง่ของการส่งเสริมให้เกิดสุขภาพจิตที่ดี ลดความเครียด และวิตกกังวล (Strickland, 2001) โดยมีแนวทางที่จะนำไปสู่การยอมรับในตนเองที่หลากหลาย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการไม่ใช้เกณฑ์ของคนอื่นมาตัดสินตนเอง และอย่าใช้ความพยายามไปกับการทำให้ผู้อื่นพอใจมากเกินไป (Rogers,1961) ในส่วนของการศึกษาข้อมูลในหัวข้อการตีความผ่านหลักสัญศาสตร์ ได้ข้อสรุปคือ สัญศาสตร์เป็นศาสตร์ซึ่งศึกษากระบวนการทำความเข้าใจความหมายของสัญญะ โดยกระบวนการนี้มีปัจจัยสำคัญคือประสบการณ์ของผู้ตีความ (Curtin, 2009) ในทางภาพยนตร์สามารถสร้างสัญญะได้จากองค์ประกอบภาพ / เสียง , การวางกรอบ (framing elements), การเล่าเรื่อง / การลำดับแต่ละส่วนย่อย และเส้นเวลา (Stockinger, 2011) ซึ่งจากการศึกษาการใช้สัญญะ เช่นในแอนิเมชันสั้นเรื่อง Nuggets (Filmbilder & Friends, 2014) สังเกตเห็นว่าผู้สร้างสามารถค่อย ๆ สร้างประสบการณ์ให้ผู้รับชมเรียนรู้ไปพร้อม ๆ กันได้ว่าสิ่งแทนความที่ถูกนำเสนอในภาพยนตร์เรื่องนี้ สามารถอ้างถึงวัตถุอ้างอิงอะไร แม้จะเป็นการสร้างสัญญะ

ขึ้นมาใหม่เพื่อภาพยนตร์เรื่องนี้โดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเพลง Stand Out Fit In (ONE OK ROCK, 2018) ซึ่งเป็นเพลงที่จะนำมาใช้ในการสร้างมิวสิกวิดีโอในงานวิจัยนี้ด้วย

จากนั้นจึงพัฒนาข้อความที่ต้องการสื่อคือการไม่ยอมรับในตนเองจากความพยาพยามที่จะเป็นตามที่ผู้อื่นต้องการมากเกินไป เป็นปัญหาในด้านสุขภาพจิตจากการสะสมความเครียด ความอึดอัดใจ และช่วยให้ตระหนักว่าในสังคมที่มีค่านิยมหลากหลาย และยังขัดแย้งกันเอง จึงเป็นไปไม่ได้ที่จะสร้างตัวตนตามที่สังคมคาดหวัง เป็นการดีกว่าหากจะยอมรับในตนเองในปัจจุบัน และค่อยปรับปรุงตนเองอย่างค่อยเป็นค่อยไป แล้วจึงนำมาพัฒนาเป็นบทโดยเล่าเรื่องผ่านตัวละคร ‘เพลิน’ เด็กหัวมนุษย์ที่โตมาในสังคมหัวกล่องดอกยี่โถ เพลินวาดตอุดมคติของตนให้เป็นหัวดอกยี่โถตามคนอื่น เมื่อเป็นได้ไม่ทันใจก็แสร้งเป็นไปก่อน ไม่ทันไรก็พบว่าสังคมรอบตัวไม่ได้เป็นหัวดอกยี่โถแล้ว พยายามเปลี่ยนหน้ากากดอกไม้ของตนตามเท่าไหร่ก็ไม่สามารถเข้าได้กับทุกสังคมที่มีค่านิยมหัวกล่องดอกหลากหลายชนิด และยังเปลี่ยนไปมา สร้างความอึดอัดใจสะสม จนกระทั่งเพลินสังเกตเห็นกลุ่มสังคมที่สมาชิกมีหัวแตกต่างกันแต่ก็สามารถอยู่ด้วยกันได้ ทำให้คิดได้ว่าไม่จำเป็นที่ทุกคนจะต้องคิด และทำเหมือนกันทั้งหมดเพื่อให้ได้รับการยอมรับ จึงเลือกที่จะยอมรับในหัวมนุษย์ที่แตกต่างของตน ทิ้งหน้ากากดอกไม้ที่แสนอึดดอัดไป แล้วค่อยพัฒนาตนเอง

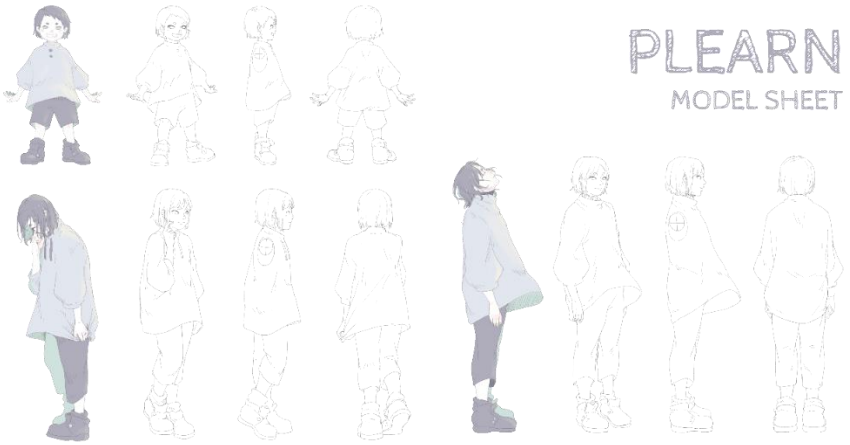
ตารางที่ 1 แสดงสัญญะที่ออกแบบมาใช้ในเรื่อง

สัญญะ	ความแปล	ขยายความแนวคิดในการเลือกใช้สัญญะ
ดอกไม้/ iconดอกไม้	ค่านิยม	-มีสีสันสดใสเพื่อแสดงภาพลักษณ์ว่าเป็นสิ่งที่ดี สวยงาม เป็นสิ่งที่เป็นที่ต้องการ -มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อสื่อถึงความหลากหลายของค่านิยมในสังคมต่าง ๆ -เป็นสิ่งที่ดูเปราะบาง เพื่อสื่อถึงความไม่คงเส้นคงวา -ดอกไม้ที่เลือกใช้บางส่วนยังมีความหมายที่สื่อในทางลบได้ (ตาม floriographyของบางวัฒนธรรม เช่น ดอกยี่โถสื่อถึงความปรารถนา ดอกมอร์นิ่งกลอรี่สื่อถึงความตาย ฯลฯ) เพื่อสื่อความสำหรับผู้ที่รู้อีกทางว่าค่านิยมที่เห็นอาจไม่ใช่สิ่งที่ดีงามหมดจดตามรูปลักษณ์
หน้ากาก (ดอกไม้)	การปิดบัง เสแสร้ง	ปิดบังตนจริงเอาไว้ แล้วแสดงออกเฉพาะค่านิยมที่มองว่าสังคมต้องการ
(หัว)กล่อง	การจำกัด	-เพลินรับรู้ผู้คนรอบตัวอย่างจำกัด โดยสนใจมองแต่ค่านิยมที่ถูกแสดงออกมา -การจำกัดความคิด หรือคำพูดที่สามารถแสดงออกมาให้ผู้อื่นรับรู้เพียงทีละอย่างในแต่ละช่วงขณะ -การถูกจำกัดอยู่ในกรอบสังคม
การวาดด้วยสีชอล์ค	พฤติกรรมที่แสดงออก	เป็นพฤติกรรมที่ไม่ต้องการยกตัวอย่างว่าคือพฤติกรรมอะไร ถูกหรือผิด จึงแสดงออกมาด้วยการวาดเป็นดอกไม้ที่สื่อถึงพฤติกรรมตามค่านิยมที่ตัวละครนั้นเชื่อ

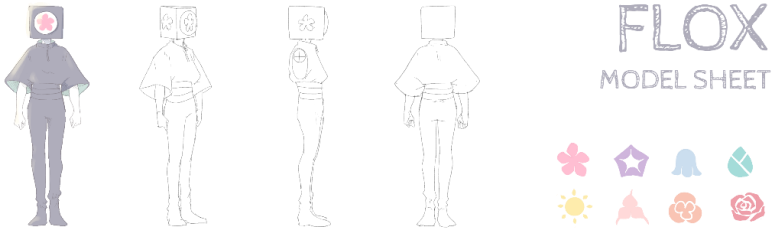
สัญญะ	ความแปล	ขยายความแนวคิดในการเลือกใช้สัญญะ
กระจก	การพิจารณาตนเอง	แทนทฤษฎีตัวตนในทางจิตวิทยาสังคมซึ่งมีการกล่าวถึง ตัวตนสะท้อน (reflective self) ด้วยการให้ฉันในฐานะประธาน (I) สังเกต วิเคราะห์ และจัดการตัวฉันในฐานะกรรม (me) โดยฉันและตัวฉันแยกออกจากกัน
พิราบบิน	อิสระ	เป็นอิสระจากการไม่เอาตนเองไปผูกไว้กับความคาดหวังของคนอื่น อิสระจากการต้องเสแสร้งเป็นผู้อื่น อิสระจากความรู้สึกกังวล เครียด
การจมน้ำ	ความอึดอัดกดดัน	ถูกกดันจากรอบข้าง อึดอัดเหมือนจมน้ำ และยิ่งนานเข้าก็จะทนไม่ไหว เหมือนขาดอากาศหายใจ
มือบีบคอ	การเพิ่มความอึดอัดความเครียด	โดยใช้มือตนเองในการบีบคอ เพื่อสื่อว่าเป็นความคิด หรือการมองโลกของตนเอง ที่ช่วยในการสร้างความเครียดความกดดันจากคนรอบข้างไปอีกขั้น ทำให้การขาดอากาศในขณะที่จมน้ำเกิดไวขึ้น
บอลลูนคำพูด	คำพูด	เป็นคำพูดที่ไม่เจาะจง อาจเป็นการสั่งสอนโดยตรง หรือแค่การแสดงความเห็นว่าอะไรถูกผิด แต่ก็เป็นสิ่งที่ตัวละครได้ยิน และเก็บนำมาคิด
การวิ่ง	หนี	หลีกหนีสิ่งที่ตนเองตื่นกลัว ซึ่งในที่นี้คือความหวาดกลัวว่าผู้อื่นจะไม่ยอมรับในสิ่งที่ตนเองแตกต่าง
สี	อารมณ์ของตัวละครหลัก	สีในโทนเทาซึ่งเป็นสีหลักของเรื่อง สื่อถึงอารมณ์ในด้านลบที่เกิดกับตัวละคร โดยความเข้มยิ่งมากสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกที่แย่ลง ในทางกลับกันสีที่สว่างก็สื่อถึงอารมณ์ในทางบวก
อัตราส่วนภาพแคบลง	ความรู้สึกอึดอัด	สื่อถึงความรู้สึกอึดอัด กดดันจากรอบข้าง เหมือนโดนตีกรอบ
การกอด	การยอมรับ	ตัวละครหลักกอดตนในอุดมคติซึ่งทิ้งหน้ากากดอกไม้ไปแล้ว คือการยอมรับตนในปัจจุบันที่เห็นอย่างที่เป็นจริง ๆ

3.1.2 ออกแบบ ด้วยโปรแกรม Paint Tool SAI, Adobe Photoshop และ Krita

ตัวละครออกแบบโดยคำนึงถึงกลุ่มอายุเป้าหมาย และเนื้อเรื่อง โดยออกแบบให้มีความ unisexเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงได้ง่าย ใช้เส้นบางสีค่อนอ่อนเพื่อแสดงถึงความเปราะบางของตัวละคร ในส่วนของตัวประกอบมีหัวเป็นกล่องแสดงสัญลักษณ์ดอกไม้ ซึ่งมักแทนสิ่งสวยงาม แต่ก็ยังแทนความเปราะบาง และบ้างยังมีความหมายตาม floriographyในเชิงลบ สื่อถึงค่านิยมต่าง ๆ ซึ่งดูสวยงาม แต่ก็ใช่ว่าจะดี จะเหมาะกับทุกคนไปเสียหมด ซึ่งไม่ได้ชี้จำเพาะว่าเป็นค่านิยมอะไร ถูกผิดหรือไม่



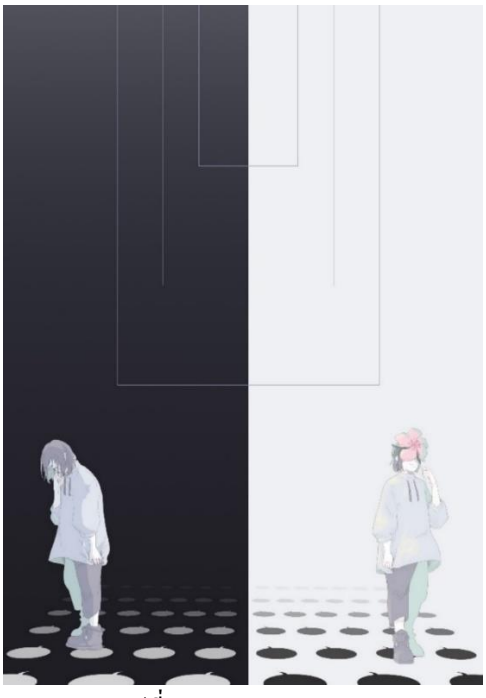
รูปที่ 1 แสดงโมเดลชีท ‘เพลิน’ ซึ่งเป็นตัวละครหลักในวัยต่าง ๆ



รูปที่ 2 แสดงโมเดลชีทตัวประกอบหัวกล่องดอกไม้

ออกแบบฉาก อารมณ์ และโทนสีด้วยแนวคิดที่ว่าเหตุการณ์ในมิวสิกวิดีโอนี้เป็นการให้ความสนใจที่ความคิดความรู้สึกของตัวละครหลัก เป็นหลัก เป็นการมองโลกผ่านการประมวลผลของตัวละครหลัก ฉากในมิวสิกวิดีโอนี้จึงออกแบบให้ช่วยแสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครที่ค่อนไปทางหม่นหมอง ด้วยสีล้วนโทนขาว-เทา และแทรกสีอื่นเล็กน้อยเพื่อดึงความสนใจ

ออกแบบ concept art โดยนำแนวคิดเนื้อเรื่อง และการออกแบบทั้งตัวละคร ฉาก อารมณ์ และโทนสีข้างต้น มารวมเป็นภาพที่สามารถสื่อสารข้อความ และอารมณ์สำคัญที่ต้องการได้ภายในภาพเดียว



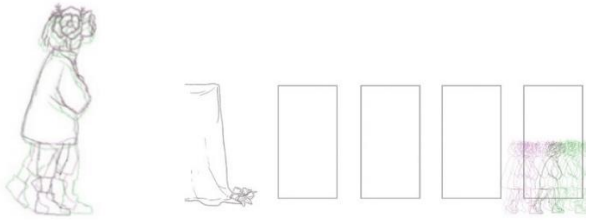
รูปที่ 3 แสดง concept art

3.1.3 เขียนบทภาพ (storyboards) และสร้างแอนิเมติก (animatics)

รูปที่ 4 แสดงตัวอย่าง storyboardบางส่วน ซึ่งนำไปสร้าง animatic

3.2 ขั้นตอนการผลิต (production) ด้วยโปรแกรม Krita

ร่างเส้นทดสอบการเคลื่อนไหว (pencil tests) ด้วยการร่าง key pose ของตัวละครก่อน ตามด้วย inbetweens และแทรกการแอนิเมทแบบตรงไปข้างหน้าในบางส่วน โดยการดึงหลักการของแอนิเมชัน 12 ประการ (Johnston & Thomas, 1981) เข้ามาช่วย และคำนึงถึงตำแหน่งสัมพันธ์กับการเคลื่อนกล้อง และฉากแวดล้อมที่จัดวางไว้ด้วย เมื่อเป็นที่น่าพอใจจึงทำความสะอาดเส้น ตัดเส้น และลงสี และใส่ special effect



รูปที่ 5 แสดง pencil tests ก่อน และหลังเพิ่ม in-betweens และการดูความสัมพันธ์กับฉากแวดล้อม

3.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (post-production)

รวมองค์ประกอบภาพ (compositing) ด้วยโปรแกรม Adobe After Effects และ Krita ในส่วนที่มีการวาดแยกองค์ประกอบของตัวละคร, ฉากแวดล้อม และเทคนิคพิเศษ นำมารวมเป็นภาพเดียวกัน และคำนึงถึงการจัดวางตำแหน่ง แล้วจึงนำแต่ละซีนไปตัดต่อ (editorial) ด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เข้ากันตามจังหวะเวลาของเพลงที่วางแผนไว้ในแอนิเมติก สุดท้ายจึงทำการ render วิดีโอออกมาในรูปแบบไฟล์ .mp4

รูปที่ 6 แสดงซีนหลังรวมองค์ประกอบภาพ

3.4 เผยแพร่ และออกแบบประเมิน

เผยแพร่สื่อในรูปแบบวิดีโอผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Youtube, Facebook Google form ฯลฯ โดยไม่บอกว่าวิดีโอดังกล่าวเกี่ยวกับการยอมรับในตนเอง และออกแบบประเมินด้วย Google form โดยในฟอร์มมีมิวสิก วิดีโอ ภาพตัวละคร และภาพconcept artให้รับชม ก่อนจะมีคำถามให้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงคำถามในแบบประเมินที่ใช้ใน Google form

คำถาม	ตัวเลือกคำตอบ
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	
(1.1) กลุ่มอายุ	ต่ำกว่า 12 ปี

	12-17 ปี
	18-40 ปี
	มากกว่า 40 ปี
(1.2) เพศ	LGBTQIA+
	หญิง
	ชาย
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอ	
(2.1) คะแนนความคิดเห็น	

ความคิดเห็นในแต่ละด้าน	คะแนนความคิดเห็น				
	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปานกลาง (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)
ด้านการออกแบบ					
แบบตัวละครมีความสวยงามเหมาะสมกับเนื้อหา					
แบบฉาก และอุปกรณ์ประกอบมีความสวยงามเหมาะสมกับเนื้อหา					
แสงสีมีความสวยงาม					
ด้านการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน					
จังหวะการเคลื่อนไหวแอนิเมชันเหมาะสม					
การเปลี่ยนผ่าน (transition) แต่ละซีนเหมาะสม					
ด้านเนื้อหา					
เข้าใจเนื้อเรื่องโดยภาพรวม					
สามารถเข้าใจสัญลักษณ์ และประเด็นที่ต้องการจะสื่อ					
เพลงที่เลือกใช้มีความเหมาะสมกับประเด็นที่สื่อ					

(2.2) ผู้รับชมคิดว่ามิวสิกวิดีโอนี้สื่อถึงประเด็นอะไร	(คำถามปลายเปิด บังคับตอบ)
(2.3) ผู้รับชมสังเกตเห็นสัญญะ*ใดบ้าง และคิดว่าสัญญะนั้นแทนสิ่งใด *สัญญะ คือสิ่งแทนความ เช่น รูปยกนิ้วโป้งแทนการแสดงความถูกใจ ฯลฯ	(คำถามปลายเปิด บังคับตอบ)

(2.4) ผู้รับชมมีความรู้สึกอย่างไรขณะรับชมมิวสิกวิดีโอนี้	(คำถามปลายเปิด ไม่บังคับตอบ)
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการสื่อ	
(3.1) หากประเด็นที่ผู้ออกแบบต้องการสื่อคือการยอมรับในตนเอง ผู้รับชมมีความเห็นว่าการยอมรับในตนเองเป็นเรื่องสำคัญหรือไม่	สำคัญ
	ไม่สำคัญ
(3.2) จากคำตอบข้อ (3.1) สำคัญ หรือไม่สำคัญอย่างไร	(คำถามปลายเปิด ไม่บังคับตอบ)
(3.3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	(คำถามปลายเปิด ไม่บังคับตอบ)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 วิเคราะห์ผลคุณภาพสื่อมิวสิกวิดีโอด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนในแต่ละด้านจากแบบประเมินส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแปลผลดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการแปลผลค่าเฉลี่ยคะแนนตาม และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ค่าเฉลี่ยคะแนน		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
คะแนน	แปลผล	S.D.	แปลผล
4.50 – 5.00	ดีมาก	>1.75	แตกต่างมาก
3.50 – 4.49	ดี	1.25-1.75	แตกต่างค่อนข้างมาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง*		
1.50 – 2.49	พอใช้	<1.75	แตกต่างน้อย**
1.00 – 1.49	ปรับปรุง		

*ใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนปานกลางขึ้นไปเป็นเกณฑ์ว่าสื่อมิวสิกวิดีโอมีคุณภาพในด้านนั้น ๆ

**ใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่แปลผลได้ว่ามีความแตกต่างของคะแนนน้อย เป็นเกณฑ์ว่าคะแนนชุดนั้นน่าเชื่อถือ

3.5.2 วิเคราะห์ประสิทธิภาพในการสื่อสารของมิวสิกวิดีโอผ่านการใช้สัญญะนี้ โดยการเปรียบเทียบคำตอบจากคำถามปลายเปิดในแบบประเมิน กับคำสำคัญในสารที่ต้องการสื่อ ได้แก่ การยอมรับในตนเอง, การเป็นตัวของตัวเอง, รักในสิ่งที่ตนเองเป็น, การไม่ยอมรับในตนเอง, ปิดบังตัวตน, ปัญหาสุขภาพจิต, ความเครียด, ความอึดอัดใจ, ซึมเศร้า, ความคาดหวังจากสังคม และค่านิยม หรือคำใกล้เคียงที่สื่อความหมายเดียวกัน โดยหากมีจำนวนผู้รับชมจากกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ตรง หรือใกล้เคียงคำสำคัญมากกว่าร้อยละ 60 ถือเป็นเกณฑ์ว่าสื่อมิวสิกวิดีโอนี้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารประเด็นที่เป็นนามธรรม

3.5.3 หากผู้รับชมเลือกคำตอบว่าสำคัญ จากคำถามข้อ (3.1) มากกว่าร้อยละ 60 ของผู้ที่เข้าใจสารที่ต้องการสื่อ จะแปลผลว่าสื่อมีส่วนในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเองได้

4. ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

ผลจากแบบประเมินมิวสิกวิดีโอรูปแบบแอนิเมชันเกี่ยวกับการยอมรับในตนเอง เพลง Stand Out Fit In ของวงONE OK ROCK ความยาว 3นาที 35วินาที โดยกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายจำนวน 45 คน มีดังนี้

4.1 ผู้ตอบแบบประเมินอยู่ใน กลุ่มวัยรุ่น อายุ 12-17ปี จำนวน 2คน (ร้อยละ 4.44) และกลุ่มผู้ใหญ่ตอนต้น อายุ 18-40ปี จำนวน 43คน (ร้อยละ 95.56)

4.2 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศ LGBTQIA+จำนวน 4คน (ร้อยละ 8.89), เพศหญิง จำนวน 28คน (ร้อยละ 62.22) และเพศชาย จำนวน 14คน (ร้อยละ 31.11)

4.3 คุณภาพสื่อมิวสิกวิดีโอจากแบบประเมินส่วนประมาณค่า (โดยพิจารณาเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย) เป็นดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงคุณภาพมิวสิกวิดีโอในแต่ละด้าน

คะแนนแต่ละด้าน	S.D.	ค่าเฉลี่ยคะแนน	แปลผลคุณภาพ
ด้านการออกแบบ			
แบบตัวละคร	0.49	4.62	ดีมาก
แบบฉาก และอุปกรณ์ประกอบ	0.66	4.42	ดี
แสงสี	0.79	4.13	ดี
ด้านการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน			
จังหวะการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน	0.75	4.27	ดี
การเปลี่ยนผ่าน (transition)	0.62	4.40	ดี
ด้านเนื้อหา			
ความเข้าใจเนื้อเรื่องโดยรวม	0.87	4.13	ดี
ความเข้าใจสัญลักษณ์ และประเด็นที่ต้องการสื่อ	0.89	4.29	ดี
ความเหมาะสมของเพลง	0.55	4.71	ดีมาก

จากตารางที่ 4 สามารถเห็นได้ว่าคะแนนด้านการออกแบบในแต่ละส่วนอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก คะแนนด้านการเคลื่อนไหวแอนิเมชันในแต่ละส่วนอยู่ในเกณฑ์ดี และคะแนนด้านเนื้อหาในแต่ละส่วนอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมากโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทั้งหมดต่ำกว่า 1.75 แปลว่าข้อมูลชุดนี้มีการกระจายน้อย ทำให้คะแนนจากแบบประเมินนี้อยู่ในเกณฑ์น่าเชื่อถือ จึงสรุปผลว่าสื่อมิวสิกวิดีโอในงานนี้มีคุณภาพตามเกณฑ์ของผู้จัดทำ

4.4 จากคำถามปลายเปิดในประเด็นของความเข้าใจสาร และสัญญะที่ต้องการสื่อ มีผู้รับชมที่ตอบได้ตรงหรือใกล้เคียงคำสำคัญ*จำนวน 33คน (ร้อยละ 73.33) มีผู้ที่ตอบเกี่ยวกับประเด็นรองในเนื้อเรื่องซึ่งยังไม่ใช่สารหลักที่ต้องการสื่อ** จำนวน 10คน (ร้อยละ 22.22) และมีผู้ที่คำตอบไม่ตรงหรือไม่ใกล้เคียงคำสำคัญ จำนวน 2คน (ร้อยละ 4.44) จึงสรุปผลว่าสื่อมิวสิกวิดีโอซึ่งสื่อสารผ่านสัญญะนี้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารประเด็นที่เป็นนามธรรม เช่นเดียวกับสื่อมิวสิกวิดีโออื่น และสื่อรูปแบบอื่นที่มีการนำสัญญะเข้ามาช่วยไม่มากก็น้อยในการสื่อสารเรื่องที่เป็นนามธรรม และได้รับการแปลความไปในทิศทางเดียวกันจากผู้รับชมส่วนมาก รวมถึงสื่อที่ใช้สัญญะซึ่งออกแบบจำเพาะต่อสื่อนั้น เช่น แอนิเมชันสั้นเรื่อง Nuggets ที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

*ตัวอย่างคำตอบที่มีความใกล้เคียงกับคำสำคัญ เช่น การถูกตีกรอบจากค่านิยมจนศูนย์เสียตัวตน การออกนอกกรอบ การออกจากคำพูดคำตัดสินของผู้อื่น ฯลฯ

**ตัวอย่างคำตอบที่เป็นประเด็นรอง เช่น การค้นหาตัวตน การเติบโต ความแตกต่าง ฯลฯ

4.5 สัญญะที่ผู้รับชมสังเกตเห็น และแปลความได้ถูกต้องหรือใกล้เคียง ได้แก่ ดอกไม้แทนกรอบของสังคม ดอกไม้แทนหน้ากากที่อยากให้คนอื่นเห็น นกแทนอิสรภาพ และการจมน้ำแทนความกดดัน โดยในส่วนของดอกไม้ เป็นสัญญะหลักที่ออกแบบขึ้นจำเพาะสำหรับใช้ในวิดีโอนี้ โดยมีผู้สังเกตเห็นว่าผู้ออกแบบต้องการใช้ดอกไม้เป็นสัญญะแทนสิ่งอื่น จำนวน 35คน (ร้อยละ 77.78) แต่มีผู้ที่สามารถแปลความสัญญะนั้นได้ตามที่ผู้ออกแบบต้องการจำนวนเพียง 19 คน (ร้อยละ 54.28ของจำนวนผู้ที่สังเกตเห็น) ซึ่งสาเหตุที่บางส่วนไม่เข้าใจอาจแบ่งได้เป็น 2กลุ่ม คือปัจจัยจากสื่อวิดีโอ เช่น ความเร็วในการดำเนินเนื้อหาเร็วเกินไป ลำดับการดำเนินภาพสลับไปมา ฯลฯ และปัจจัยจากผู้รับชม เช่น พื้นฐานด้านวัฒนธรรมที่ใช้ดอกไม้เป็นสัญญะแทนสิ่งอื่นแต่ต้นอย่างภาพลักษณ์ผู้หญิง ฯลฯ

4.6 จากคำถามเรื่องความสำคัญของการยอมรับในตนเอง มีผู้รับชมตอบว่าสำคัญ จำนวน 45คน (ร้อยละ100) และผู้รับชมบางส่วนขยายความถึงความสำคัญของการยอมรับตนเองไว้ เช่น การยอมรับในตนเองเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ชีวิต การทำให้ตนเองมีความสุข เข้าใจในตนเอง เติบโต ฯลฯ ซึ่งเป็นคำตอบที่ไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาทางจิตวิทยา จึงสรุปผลว่าสื่อมิวสิกวิดีโอนี้มีส่วนในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเองได้

4.7 ความรู้สึกผู้ชมบางส่วน เช่น อึดอัด กดดัน เศร้า งงต้องดูซ้ำถึงเข้าใจ ดูเพลินดี รอติดตาม ชอบการสื่อความหมายสะท้อนสังคม เป็นการพัฒนาตัวละครที่ดี รู้สึกว่าการที่คนคนหนึ่งจะเติบโตขึ้นมาเป็นตัวของตัวเองมันยากนะ ฯลฯ

4.8 ผู้รับชมยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่น่าสนใจ สรุปได้เช่น อยากให้ลดความซับซ้อนของเนื้อหาหรือเปลี่ยนลำดับการเล่าเรื่องเพื่อลดความสับสน อยากให้มีตอนจบปลายเปิดเล็กน้อยอย่างการให้ตัวละคร

หลักเห็นเด็กที่เป็นเหมือนตนเองเพื่อให้เห็นว่ามีคนอื่นที่ต้องพยายามเปลี่ยนตนเอง อยากให้ผู้สร้างเฉลยความหมาย

5. บทสรุป และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาข้อมูลเรื่องการยอมรับตนเองในทางจิตวิทยา ซึ่งมีประเด็นสำคัญคือการยอมรับทั้งส่วนที่ดี และไม่ดีของตนเองในรูปแบบข้อเท็จจริง ช่วยลดความเครียดสะสมที่เกิดได้จากการไม่ยอมรับในตนเอง และเรื่องการตีความผ่านหลักสัญศาสตร์ ซึ่งมีประเด็นสำคัญคือการทำความเข้าใจสัญญะต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้ตีความ แต่ประสบการณ์นั้นก็สามารถเรียนรู้ไปพร้อมกันได้ในระหว่างดำเนินเนื้อเรื่องในภาพยนต์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นสารที่สื่อผ่านการใช้สัญญะ เพื่อนำมาสร้างมิวสิกวิดีโอรูปแบบแอนิเมชันเกี่ยวกับการยอมรับในตนเอง เพลง Stand Out Fit In ของวงONE OK ROCK ความยาว 3นาที 35วินาที ซึ่งได้ผลการประเมินจากกลุ่มวัยรุ่น และผู้ใหญ่ตอนต้น (ช่วงอายุ 12-40ปี) ว่ามีคุณภาพทั้งในด้านการออกแบบ การเคลื่อนไหวแอนิเมชัน และเนื้อหา โดยในส่วนของการนำหลักสัญศาสตร์มาใช้สามารถช่วยให้สื่อสารเรื่องที่เป็นนามธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ที่เข้าใจเนื้อหาจากการชมมิวสิกวิดีโอนี้ตระหนักได้ถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเอง

สื่อมิวสิกวิดีโอแอนิเมชันซึ่งสามารถสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการยอมรับในตนเองได้นี้ สามารถนำไปใช้เป็นสื่อส่งเสริมการยอมรับในตนเองให้แก่ประชาชนทั่วไปไม่จำกัดช่วงอายุ โดยสามารถเปลี่ยนเป็นแอนิเมชันแบบมีบทพูดตรงไปตรงมาหากจะให้เด็กซึ่งพัฒนาการคิดเชิงนามธรรมยังน้อยเข้าใจง่ายขึ้น และเหมาะแก่การนำไปเผยแพร่ในระดับสากลจากการเลือกประเด็น และเพลงที่ค่อนข้างเป็นสากล ร่วมกับความพยายามในการลดข้อจำกัดด้านภาษา และประสบการณ์จำเพาะที่ต้องใช้เพื่อการตีความด้วยการใช้สัญญะที่กำหนดขึ้นเองซึ่งเน้นการสื่อสารด้วยภาพ

เอกสารอ้างอิง

Bernard, M. E. (Ed.). (2013). *The strength of self-acceptance: Theory, practice and research*. Dordrecht: Springer.

Curtin, B. (2009). Semiotics and visual representation. *Semantic Scholar.* Filmbilder & Friends. (2014, October 13). *Nuggets.* Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=HUngLgGRJpo

Johnston, O., & Thomas, F. (1981). *The illusion of life: Disney animation*. New York: Disney Editions.

Marini, M. M. (2020). Social values and norms. In Encyclopedia of sociology. Retrieved from https://www.encyclopedia.com/social-sciences/ encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/social-values-and-norms

McLeod, S. A. (2018, May 03). Erik erikson's stages of psychosocial development. Simply Psychology. Retrieved from https://www.simplypsychology.org/Erik-Erikson.html

ONE OK ROCK. (2018, November 23). *ONE OK ROCK: Stand Out Fit In [OFFICIAL VIDEO].* Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=IGInsosP0Ac

Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Boston: Houghton Mifflin.

Rogers, C. R. (1959). A theory of therapy, personality and interpersonal relationships as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science.* (Vol. 3). New York: McGraw Hill.

Stockinger, P. (2011). *Semiotics of audiovisual discourse. I: The Analysis of Audiovisual Topics*. Retrieved from https://www.academia.edu/3521726/

Strickland, B. B. (2001). *The Gale encyclopedia of psychology* (2nd ed.). Detroit, MI: Gale Group.